

"LE PAPIER A ABSOLUMENT ENCORE UN GRAND POUVOIR DE COMMUNICATION"

SCRIPT S'EST ENTRETENU AVEC LARAH LEZY,
CONSEILLÈRE EN PAPIER CHEZ IGEPA

Fin mars, les bureaux d'Igepa, à Aalter, ont accueilli une "Open House", un événement inspirant de deux jours au cours duquel, entre autres, Larah Lezy, conseillère en papier depuis 26 ans, a donné une session inspirante aux participants intéressés sur le pouvoir du papier. Nous étions impatients d'entendre ce qu'elle avait à dire à ce sujet.

Dimitri Van Moerkercke

ATELIERS SUR LE PAPIER DANS LE SALON

Bonjour Larah, comment êtes-vous devenue conseillère en papier?

"Depuis mon enfance, je suis passionnée par le papier. Petite, j'ai fait une école de dessin. Plus tard, j'ai étudié le graphisme à l'Arteveldehogeschool. Pendant les vacances d'été, j'ai fait des stages dans des imprimeries. J'y ai appris beaucoup de choses en très peu de temps. L'étincelle a jailli lorsque j'ai découvert l'un de mes premiers dessins sur une chaise dans les toilettes d'un restaurant. Cela m'a tellement plu qu'il y avait là quelque chose que j'avais fait. J'ai tout de suite été emballée." "Pendant la période du coronavirus, j'ai organisé des mini-ateliers chez moi pour les commerçants locaux. Juste dans le salon. Je leur ai montré ce qu'ils pouvaient réaliser avec des messages sur papier. Sur les médias sociaux également, parce que je les utilise aussi, j'ai montré en tant que 'mini-influenceur' ce que l'on peut faire avec du papier."

"Après la pandémie, j'ai commencé à travailler à mon compte. Et en septembre



Passionnée par le papier depuis l'enfance, Larah Lezy est aujourd'hui conseillère en papier chez Igepa

2025, j'ai rejoint Igepa en tant que conseillère en papier. Je visite les graphistes, les concepteurs de livres, les agences de publicité... je leur présente les collections et les aide à réfléchir à la manière de rentabiliser au maximum certains imprimés pour leur projet. Je les conseille, je ne vends rien. Et je parle par passion."

EXPÉRIENCE SENSORIELLE

Que reste-t-il du pouvoir du papier à notre époque? Surtout quand on sait que la communication en ligne est plus rapide et moins chère.

"Le papier fait vraiment ressortir votre message. Nous sommes quotidiennement inondés de notifications, de messages et de

courriels en ligne, qui portent souvent sur les choses les plus insignifiantes. Par conséquent, le message de fond se perd. Un simple achat en ligne donne rapidement lieu à neuf courriels: merci pour votre commande, votre colis est en cours de préparation, votre colis est en route, etc. Dans ce déluge de stimuli numériques, votre message important se perd facilement."

"Le hors ligne est le nouveau luxe. Qui-conque rentre du travail est complètement surexcité. L'histoire en ligne ne s'arrête jamais. Les personnes de ma génération, en particulier, sont plus rapidement victimes de burn-out à cause de cela. On ne peut pas dire: "Je suis à la maison et maintenant je me déconnecte. Le téléphone est là et continue à faire du bruit, l'ordinateur por-



Lors de la "Open House" d'Igepa qui s'est tenue fin mars à Alter, Larah a présenté aux participants intéressés une session inspirante sur le pouvoir du papier

table continue à recevoir des courriels de votre patron même après les heures de travail. Vous devez répondre dans la minute qui suit, vous avez vu quelque chose ou des questions vous sont déjà posées. Sur le papier, vous êtes votre propre patron et vous avez l'esprit tranquille."

"S'assurer qu'au milieu de tous ces messages sans intérêt, vos communications restent dans les mémoires et font la bonne impression, c'est possible grâce à des documents imprimés tangibles. Recevoir à nouveau quelque chose dans sa boîte aux lettres est un sentiment particulier. À l'exception des factures, bien sûr. Il est unique, attire l'attention, se retrouve sur le réfrigérateur ou reste sur la table de la cuisine pendant des jours. Et c'est exactement ce que souhaite chaque expéditeur. En outre, le style, la finition et la structure d'une invitation imprimée, d'un dépliant ou d'une communication événementielle font appel à plusieurs sens à la fois."

"La qualité de l'imprimé en dit long sur l'expéditeur. Une invitation luxueuse avec une feuille d'or, par exemple, indique immédiatement qu'il s'agit d'un événement important et sérieux. Un événement auquel le destinataire aimerait certainement participer. Comparez ensuite cela à un courriel envoyé à des milliers de personnes en même temps et qui risque de finir dans le dossier spam.

Ou à une invitation via Facebook. Une invitation papier de qualité ne finit pas à la poubelle."

En quoi le papier est-il différent? Surprenant? Émouvant ou persuasif?

"Le papier fait tout cela. Il fait appel à un

"Le papier reste tout simplement plus longtemps dans notre mémoire, cela a même été prouvé scientifiquement. Lorsque vous écrivez quelque chose, vous traitez l'information plus profondément, vous apprenez plus vite et vous

"DANS UN MONDE DE PLUS EN PLUS NUMÉRIQUE, LE PAPIER RESTE NON SEULEMENT PERTINENT, MAIS AUSSI DURABLE, FIABLE ET CIRCULAIRE"

nombre surprenant de sens à la fois. On peut le tenir, le toucher, le sentir, le regarder et le tordre pour que, par exemple, la feuille ou le vernis UV sélectif capte une belle lumière. Parfois, on peut même le manger, comme dans le cas du papier de bonbons. Et puis il y a le son: tourner une feuille ou ouvrir un nouveau livre peut vous rendre instantanément heureux. Le papier est donc bien plus qu'un simple support d'information, c'est une expérience sensorielle complète."

CONTRÔLÉ ET CRÉDIBLE

En quoi le papier se distingue-t-il positivement des supports numériques?

vous en souvenez mieux. Certaines personnes peuvent même quasi se la représenter visuellement par la suite."

"Dans un monde de plus en plus numérique et de plus en plus piloté par l'IA, le papier prend à nouveau une valeur particulière. Ce qui est imprimé semble plus réel et plus fiable. Pas de vidéos trompeuses, pas d'images générées par l'IA, pas d'algorithmes qui déterminent ce que vous allez voir. Ce qui paraît dans un journal ou un magazine est généralement contrôlé, vérifié et donc beaucoup plus crédible que le flux infini de contenus en ligne non filtrés. Le papier n'est donc pas seulement synonyme de lenteur



Ce qui paraît dans un journal ou un magazine est généralement contrôlé, vérifié et donc beaucoup plus crédible que le flot incessant de contenus en ligne non filtrés

et d'attention, mais aussi d'authenticité et de fiabilité."

Les blocs-notes, les carnets créatifs et les agendas seront-ils encore vendus dans dix ans?

"Certainement. De plus en plus de gens reviennent à l'authenticité. Par exemple, ils rachètent des disques, vont chez le boucher du coin ou prennent des photos avec un vieil appareil. Le papier vous donne la liberté de remplir votre carnet comme vous le souhaitez: gribouillages, flèches, dessins, chaos ou simple structure. Et surtout: sur le papier, il n'y a pas de stimuli numé-

riques. C'est exactement ce dont les jeunes générations, en particulier, ont de nouveau besoin."

"De plus, les cahiers sont souvent beaux, attrayants et esthétiques ; ils donnent le sentiment d'un nouveau départ. Les blocs-notes et les manuels existeront toujours, mais lorsqu'on étudie, on a besoin d'une police de caractères calme et monotone qui donne une vue d'ensemble. Les gribouillis personnels ne sont pas toujours idéaux."

"Pourtant, je crois fermement à la combinaison: apprenez d'abord en écrivant, en

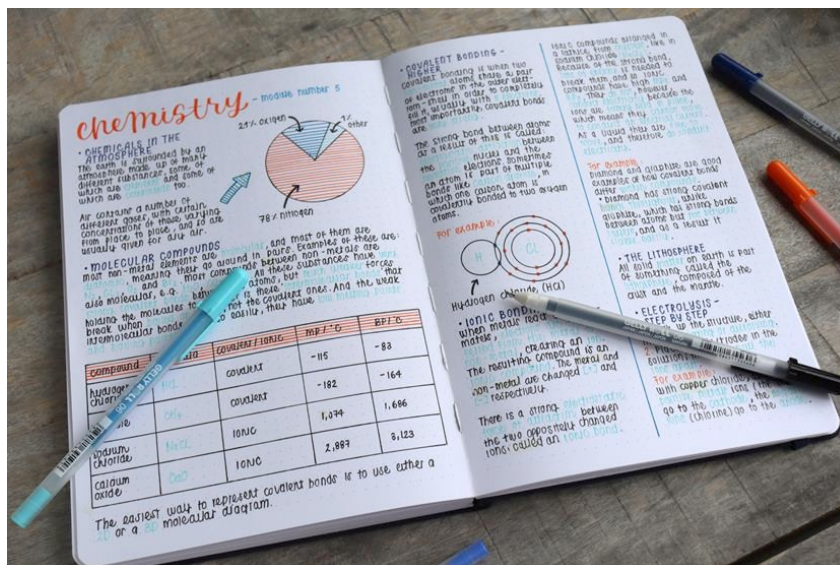
dessinant et en griffonnant vous-même; cela aide votre cerveau à vraiment assimiler la matière. Ensuite, vous rédigez un résumé net et structuré. On obtient ainsi le meilleur des deux mondes: la profondeur du papier et la clarté du numérique."

LE RECYCLAGE

L'Europe reste le leader mondial du recyclage du papier. Mais il semble que nous soyons les seuls au monde dans ce domaine. Comment cela se fait-il?

"À chaque problème, on cherche un bouc émissaire. Malheureusement, dans l'histoire du recyclage, ce rôle est souvent attribué à l'industrie du papier. Beaucoup de gens n'ont aucune idée des efforts déployés par cette industrie pour travailler de manière réellement durable. Ces efforts sont communiqués de manière transparente. Chaque produit recyclé porte un logo clairement reconnaissable. Et quiconque souhaite en savoir plus peut facilement trouver des informations détaillées."

"Comparez cela avec d'autres secteurs, comme l'industrie du bois et du meuble. On trouve rarement un logo de recyclage sur une armoire ou une table, alors que des choix tout aussi bons, voire moins durables, y sont faits. Mais ce que les gens voient trop souvent est plus susceptible d'être blâmé. Le papier est



Selon Larah, les cahiers sont attrayants et esthétiques; ils donnent le sentiment d'un nouveau départ

visible, tangible et omniprésent, et il est donc facilement désigné comme le coupable."

"Alors que la réalité est tout autre. Notre secteur investit énormément dans le recyclage, la réutilisation et la gestion responsable des forêts. Pour chaque arbre abattu, un nouveau est planté. Seulement, les consommateurs n'en sont pas assez conscients."

Que faut-il faire pour convaincre les consommateurs et les entreprises du monde entier que l'impression de papier comme support d'information est moins nocive pour l'environnement que les supports numériques? (voir aussi l'encadré ci-contre)

"À mon avis, le plus important est de continuer à montrer exactement ce qui est fait pour protéger la nature et les forêts. L'industrie du papier est l'un des rares secteurs à être véritablement circulaire. Le papier peut être recyclé jusqu'à sept fois sans perte de qualité. C'est une énorme différence par rapport aux appareils numériques tels que les ordinateurs, les imprimantes et les smartphones, qui ont souvent une durée de vie limitée et

UNE ÉTUDE ALLEMANDE CONFIRME QUE LES MÉDIAS IMPRIMÉS SONT MOINS NOCIFS POUR L'ENVIRONNEMENT QUE LES MÉDIAS NUMÉRIQUES

Les médias imprimés sont moins susceptibles de provoquer des émissions de gaz à effet de serre que leurs homologues numériques, selon une étude scientifique à grande échelle réalisée par l'Öko-Institut de Fribourg, une institution de réputation mondiale. L'empreinte carbone des médias imprimés peut être cinq fois moins importante que celle des médias en ligne et leur portée peut être plus grande que celle de leurs homologues numériques.

L'équipe de recherche a étudié le cycle de vie d'une brochure imprimée et d'une publicité dans un journal et les a comparées à la même brochure téléchargée au format PDF et à une bannière publicitaire.

L'étude commence par une évaluation de la sylviculture et de la production de papier pour les calculs relatifs à l'impression. Elle inclut les processus d'impression, la consommation d'énergie et de consommables, ainsi que la livraison au lecteur. Pour la variante en ligne, il s'agit d'évaluer des éléments tels que la production d'ordinateurs ou de téléphones, les centres de données qui stockent les fichiers et le réseau qui assure leur distribution. La composante relative à la conception de l'annonce ou de la brochure n'a pas été incluse, car le processus est essentiellement le même pour les deux.

L'étude se concentre spécifiquement sur ces deux types de publicité. Elle ne permet pas de conclure qu'un livre imprimé a moins d'impact qu'un livre électronique. D'autres recherches sont nécessaires à cet effet.

sont difficiles à recycler en raison de leur composition complexe."

"En outre, l'industrie investit depuis des années dans la gestion durable des forêts, le reboisement et la certification transparente. Chaque étape du processus, de la matière première au produit fini, est contrôlée et étiquetée. Il est clairement

indiqué d'où vient le papier, comment il a été traité et comment il peut être recyclé à nouveau. Ainsi, dans un monde de plus en plus numérique, le papier reste non seulement pertinent, mais aussi durable, fiable et circulaire. C'est un matériau qui continue d'exister, de fonctionner et de contribuer à une nature saine."



Larah Lezy: "Le papier fait appel à un nombre surprenant de sens à la fois. On peut le tenir, le toucher, le sentir, le regarder et le tordre pour que la feuille ou le vernis sélectif, par exemple, capte une belle lumière"