

RAPPORT D'ACTIVITÉ

2025



**AMBITION
GRAPHIQUE**

IMPRIMONS L'AVENIR ENSEMBLE



SOMMAIRE



04	En chiffres
07	Qui sommes-nous ?
08	365 jours au cœur de l'association
16	Le bilan de la collecte 2025
20	L'accompagnement terrain
25	Le soutien au développement de nouvelles compétences
29	La promotion des métiers de l'imprimé
32	LaLigneContinue®
36	Le label Print Ethic
40	Communication : une image qui s'installe
42	L'équipe Ambition Graphique
43	Le Conseil d'administration



René ANÉLOT
Président d'Ambition Graphique

L'année 2025 a marqué une étape importante pour Ambition Graphique. Les premières actions engagées ont permis de poser les fondations d'un outil paritaire pleinement tourné vers les besoins des entreprises de la branche, de leurs salariés et de l'avenir de nos métiers.

Promotion des métiers de l'imprimé, accompagnement des projets d'organisation, de production et d'innovation, développement d'un réseau de proximité : ces initiatives traduisent une ambition claire, celle d'apporter des réponses concrètes aux transformations que connaît notre secteur.

Notre démarche repose sur deux convictions complémentaires : être présents au plus près des réalités des entreprises et préparer l'avenir en anticipant les évolutions de notre environnement.

Nous savons que de nombreux projets d'entreprises restent à l'état d'intentions, faute de temps, de moyens, d'information ou d'accompagnement adapté. Ce constat guide notre action.

C'est notamment pour répondre à cet écueil que nous avons déployé un réseau de conseillers développement présents sur l'ensemble du territoire. Leur mission est d'écouter, d'accompagner et d'orienter les entreprises afin de les aider à concrétiser leurs projets et à mobiliser les solutions les plus adaptées à leurs besoins.

L'année 2026 constitue une nouvelle étape avec le déploiement progressif de notre offre de services. Notre volonté demeure inchangée : agir utilement, avec ambition et proximité, au service des entreprises et des salariés de la branche.

Je souhaite enfin saluer l'engagement de toutes celles et ceux qui contribuent au développement d'Ambition Graphique. Leur investissement démontre que le paritarisme peut être une véritable force d'action lorsqu'il se met au service d'une ambition collective.

Les actions présentées dans ce rapport d'activité témoignent du chemin déjà parcouru et de notre volonté commune de préparer l'avenir de la branche graphique avec confiance.

René ANÉLOT

EN CHIFFRES

+ 100

Projets financés
et accompagnés
en 2025

1 052

Visites effectuées
par les conseillers

MONTANT COLLECTÉ EN 2025

5 251 865 €

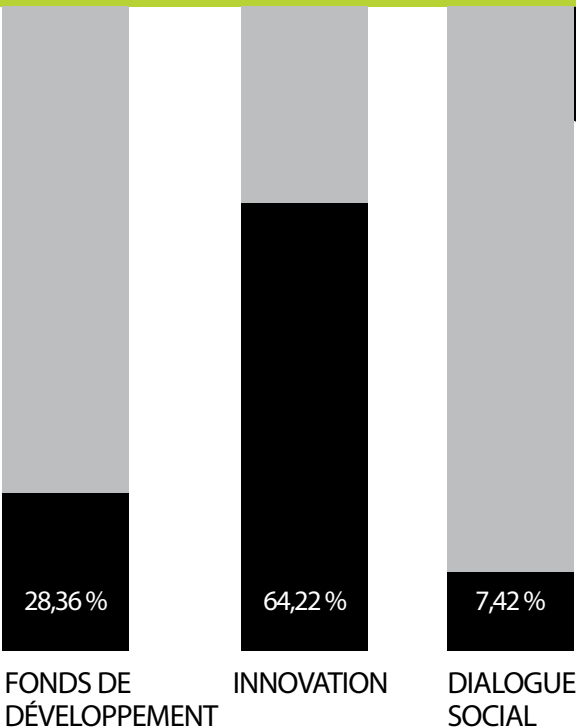
HT

2 064

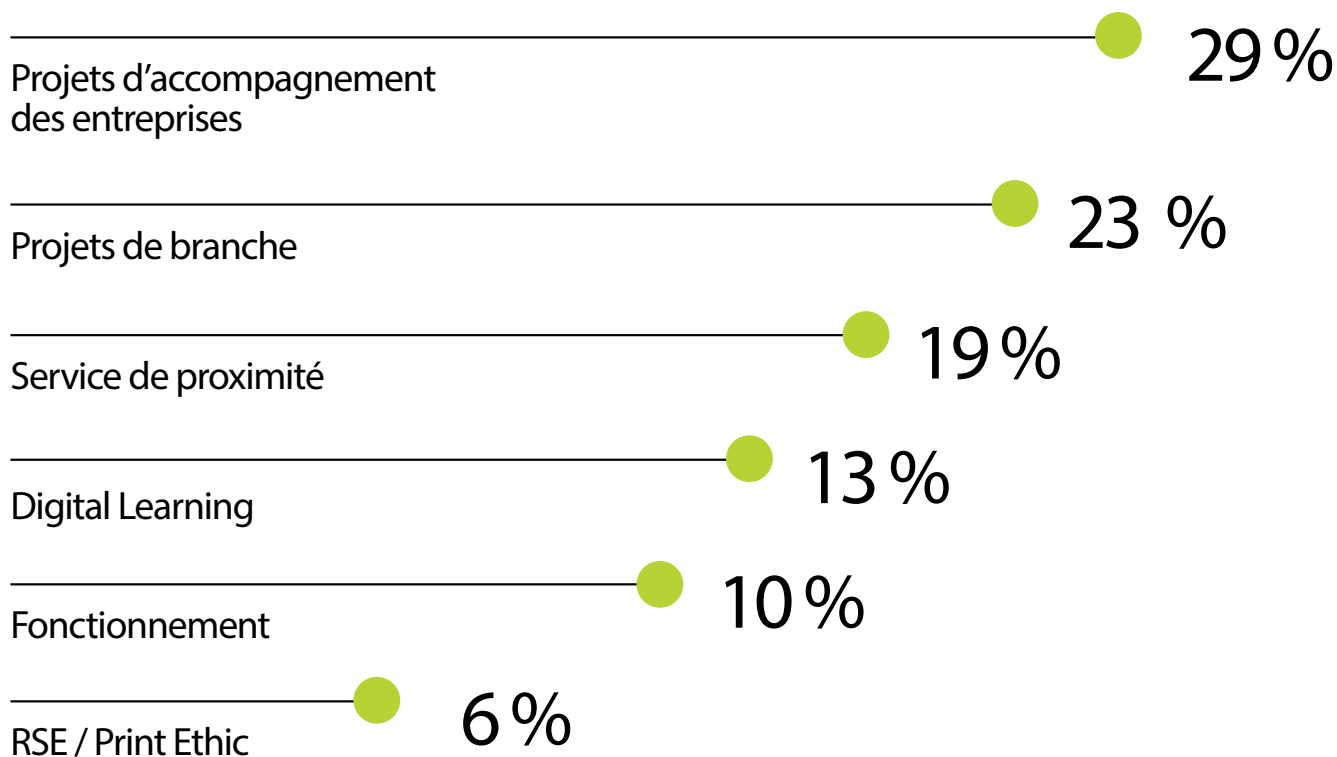
Entreprises

27 707

Salariés



LES MOYENS DE NOS AMBITIONS



PRINT ETHIC

47

ENTREPRISES
LABELLISÉES
EN 2025

90

ENTREPRISES ENGAGÉES
DANS LA DÉMARCHE

LALIGNECONTINUE

+ 200

FORMATIONS
ET RESSOURCES
EN LIGNE

+ 1200

UTILISATEURS

Née le 17 mai 2021
de la volonté commune
des organisations patronales
et des syndicats de salariés,
Ambition Graphique
accompagne les transformations
de la branche des Industries
Graphiques et répond
aux attentes de ses différents
acteurs.

QUI SOMMES-NOUS ?

L'AGENCE PARITAIRE DE DÉVELOPPEMENT ET D'INNOVATION DES INDUSTRIES GRAPHIQUES

Pourquoi cette association ?

Face à un contexte de fortes mutations des marchés, des métiers et des besoins en compétences, les représentants de la branche des Industries Graphiques ont souhaité créer un véhicule paritaire pour impulser une nouvelle dynamique. Digitalisation, enjeux écologiques, automatisation... Ambition Graphique est le bras armé de la branche, pour s'assurer que l'imprimerie française reste compétitive et responsable face aux défis de demain.

LES MISSIONS

01

Accompagner et outiller les entreprises sur leurs enjeux : organisation, emplois, compétences, normalisation industrielle, diversification...

02

Promouvoir les métiers et les cursus de formation pour renforcer l'attractivité au profit de l'insertion de nouvelles compétences

03

Observer les mutations à l'œuvre dans le secteur de l'imprimerie et des Industries Graphiques

04

Diffuser l'information quant aux initiatives et travaux du secteur, au plus grand nombre (entreprises, salariés, organismes de formation)

365 JOURS AU CŒUR UNE ANNÉE RYTHMÉE PAR LA VIE PARITAIRE DE L'ASSOCIATION

15
janvier

Commission Ad hoc
Examen des projets d'entreprises

22
janvier

Bureau exécutif
Premier retour sur l'étude relative au soutien de la branche à la formation par apprentissage dans l'imprimerie et les Industries Graphiques.
Organisation du séminaire des CFA des Métiers de l'imprimé les 29 et 30 janvier 2025
Préparation du Salon CI!Print du 4 au 6 février 2025

29.30
janvier

Séminaire des CFA des Métiers de l'imprimé

20
février

Commission Ad hoc
Examen des projets d'entreprises
Conseil d'administration
Révision du référentiel Print Ethic
Participation des Métiers de l'imprimé à la finale nationale WorldSkills – Marseille 2025

25
mars

Commission Ad hoc
Examen des projets d'entreprises
Bureau exécutif
Point collecte MS 2024
Réflexion sur les services à apporter aux entreprises situées en Corse, DROM-COM

10.11
avril

Séminaire Bureau exécutif
Mise en œuvre d'actions de soutien au profit des CFA (étude Jean-Pierre Willems)
Élaboration d'une offre de services
Préparation de la première Conférence Ambition Graphique
Préparation renouvellement des instances

06
mai

Bureau exécutif
Élaboration d'une offre de services
Suivi collecte MS 2024

20
mai

Commission Ad hoc
Examen des projets d'entreprises

05
juin

Conseil d'administration

Nouvelle mandature des instances paritaires :

Bureau exécutif :

- Président René ANÉLOT (UNIIC)
- 1^{ère} Vice-présidente Nathalie JAMMES (SCOP Communication)
- 2^{ème} Vice-président David LETAILLEUR (F3C CFDT)
- Trésorier Éric MARTIN (FILPAC CGT)

Mise en œuvre de la Commission des finances et de suivi des engagements

Arrêté des comptes de l'exercice 2024

Suivi du projet associatif

Actions de soutien au profit des CFA des Métiers de l'imprimé (stratégie, sourcing, mobilité)

Validation de la présence des Métiers de l'imprimé à la finale nationale

WorldSkills - Marseille 2025

Mise en œuvre du réseau des organismes de formation continue des Métiers de l'imprimé (CFA/GRETA, OF habilités CQP/TFP, OF LaLigneContinue)

Validation de la tenue de la première Conférence Ambition Graphique – Paris, 5 décembre 2025

Soutien à la promotion de l'examen « Un des meilleurs Ouvriers de France »

19
juin

Commission Ad hoc

Examen des projets d'entreprises

Élaboration de l'offre de services

26
juin

Assemblée générale

Approbation du rapport d'activité et financier de l'exercice 2024

Approbation des comptes de l'exercice 2024

Mise à jour du projet associatif pluriannuel

30
juin

Comité éditorial Digital Learning

Suivi du projet : développements de patrimoine de contenus, communication, budgets

17
juillet

Commission Ad hoc

Examen des projets d'entreprises

Élaboration de l'offre de services

17
septembre

Bureau exécutif

Composition et fonctionnement de la Commission paritaire Dialogue social au sein d'Ambition Graphique

Étude de contributions conventionnelles volontaires et supplémentaires

Validation du stand des Métiers de l'imprimé à la finale nationale WorldSkills - Marseille 2025

Préparation du salon C!Print, 3 au 5 février 2026

Étude du recrutement d'un(e) « Chargé(e) de communication et contenus digitaux » (départ retraite Mme Dominique FRANÇOIS au 31-12-2025)

Études achat de locaux Ambition Graphique

Commission Ad hoc

Examen des projets d'entreprises

Élaboration de l'offre de services

15
octobre

Conseil d'administration à Marseille

Accord de principe sur la mise en œuvre d'une contribution volontaire et d'une contribution modulée selon l'usage (supplémentaire)
Soutien financier au compétiteur WorldSkills « Design graphique » pour la finale européenne et la finale internationale
Soutien au projet de reconnaissance du métier « Digital Print and Packaging technology » (pour combler le retrait de l'épreuve Imprimerie)
Mise en œuvre de la Commission paritaire Dialogue social au sein d'Ambition Graphique
Étude du principe d'acquisition de locaux pour Ambition Graphique

16
octobre

Finale Nationale WorldSkills à Marseille

Inauguration Stand des Métiers de l'imprimé

29
octobre

Commission Ad hoc

Examen des projets d'entreprises
Élaboration de l'offre de services, mandatement du Bureau exécutif pour sa mise en œuvre

19
novembre

Bureau exécutif

Analyse du contrat de prestation de collecte CIAN Technologies (ex. 2026-2027)
Étude du recrutement « Référent certification et offre de services »
Collaboration SIPG-Ambition Graphique (conférence « Achats responsables »)
Finalisation du programme de la première Conférence Ambition Graphique – Paris le 5 décembre 2025
Mandatement par la Commission paritaire Ad hoc pour mettre en œuvre l'offre de services (appels à contributions)

Commission Ad hoc

Examen des projets d'entreprises

05
décembre

Conférence Ambition Graphique à l'Institut de France

15
décembre

Commission Ad hoc

Examen des projets d'entreprises

18
décembre

Conseil d'administration

Validation du contrat de prestation de collecte CIAN Technologies (ex. 2026-2027)
Approbation du recrutement d'un(e) « Référent(e) certification et offre de services »
Accord pour l'organisation d'une conférence « Achats responsables » en collaboration avec le SIPG
Mandatement de la direction pour recherche de locaux Ambition Graphique en location



Un séminaire pour lancer l'année aux côtés des filières de formation

29
&
30

janvier

Organisé les 29 et 30 janvier 2025 à Clichy, le séminaire des CFA a constitué le premier temps fort de l'année pour Ambition Graphique. Cet événement a rassemblé une quarantaine d'experts, de partenaires sociaux et de responsables des CFA des Métiers de l'imprimé.

Cette rencontre visait à aligner les stratégies de formation sur les mutations de la branche et à décrypter la réforme du financement de l'apprentissage. Elle a également permis de dresser un bilan contrasté du secteur : un apprentissage dynamique, mais une fragilité économique nécessitant une diversification urgente.

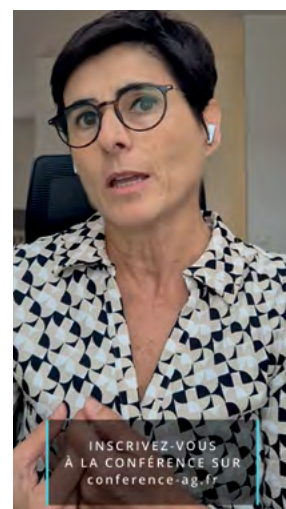
Plusieurs pistes d'action concrètes ont émergé pour accompagner les CFA, telles que l'optimisation du sourcing des apprentis, la prévention des ruptures de contrat et la mutualisation des ressources.

UNE JOURNÉE POUR VOIR PLUS LOIN

● Fédérer pour transformer

Le 5 décembre 2025, sous la Coupole de l'Institut de France, la branche de l'imprimé n'a pas seulement tenu une conférence. Elle a affirmé son identité. Pour la première fois, Ambition Graphique a réuni 170 décideurs, dirigeants, fournisseurs et partenaires, pour transformer une rencontre sectorielle en un momentum stratégique.

L'objectif de cette journée dépassait le cadre du simple networking. Il s'agissait de poser un cap clair : faire d'Ambition Graphique la voix de référence et le moteur de l'intelligence collective d'une branche en pleine mutation. Dans un secteur discret, technique et souvent sous-médiatisé, le choix a été fait d'une posture active et prospective pour faire émerger une parole. Cette conférence est le point d'entrée d'une stratégie de rayonnement sur trois ans, destinée à valoriser ceux qui agissent et à prouver que l'imprimé est un territoire d'innovation majeur.



BILAN

Et si vous faisiez le bilan de votre empreinte carbone ?

Avec ClimateCalc, le calculateur européen développé par la branche, mesurez l'empreinte de votre site de production et des produits imprimés. La première marche vers la réduction de vos émissions et celles de vos clients.

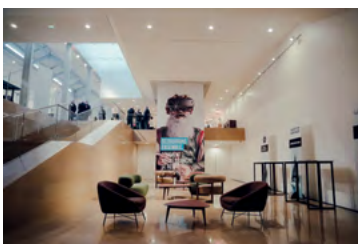


VOIR PLUS LOIN

AMBITION GRAPHIQUE
IMPRIMONS L'AVENIR ENSEMBLE



DIRECTEUR IMPRIMERIE
RICHARD
CHEF DE



CONSEILLER

Interlocuteurs privilégiés, les conseillers développement d'Ambition Graphique vous accompagnent dans la concrétisation de vos projets. À votre écoute, ils conçoivent avec vous des solutions sur mesure, adaptées à vos besoins. Ancrés dans leur territoire, ils mettent leur expertise au service de vos ambitions.



VOIR PLUS LOIN

AMBITION GRAPHIQUE
IMPRIMONS L'AVENIR ENSEMBLE



DIGITAL

Parce que les métiers évoluent, se transformer et innover, les compétences sont un enjeu clé.

C'est tout l'objet de LaLigneContinue®. Boostez les compétences de vos équipes et préparez sereinement l'avenir de votre entreprise... tout cela sans désorganiser votre production !



VOIR PLUS LOIN

AMBITION GRAPHIQUE
IMPRIMONS L'AVENIR ENSEMBLE



APPORTER LA PREUVE PAR LE TERRAIN

● Une centaine de projets déjà soutenus

La force de l'association réside dans sa capacité à transformer des enjeux théoriques en leviers de performance concrets. Avec 1,5 million d'euros mobilisés, une centaine de projets déjà soutenus et six conseillers en région qui développent l'ancrage territorial de l'association, l'impact est mesurable.

Quatre axes techniques ont illustré cette dynamique lors de la conférence

Sopedi et le management humain :

Alain Thomas a souligné l'importance des formations en management et communication pour ses chefs d'équipe, un projet mené pour renforcer la cohésion interne et valoriser les compétences de chacun.

Coquand et le défi des ressources humaines :

Audrey Choain a exposé comment l'accompagnement d'Ambition Graphique a permis d'anticiper les départs en retraite et de mettre en place une stratégie de fidélisation des jeunes talents, un enjeu crucial pour la pérennité de l'entreprise.

L'imprimerie Rochat et l'excellence opérationnelle :

pour Jean-François Prez, l'action s'est concentrée sur la colorimétrie et l'optimisation des flux PAO. Ce soutien a permis de réduire la gâche papier tout en accélérant la transition vers le web-to-print.

Laballery et l'innovation technologique :

Hubert Pédurand a partagé son expérience sur l'automatisation de la gestion des fichiers clients, une solution concrète pour pallier le manque de main-d'œuvre qualifiée et fluidifier la production.



● Anticiper demain

De la normalisation ISO à l'intégration de l'Intelligence Artificielle générative, la conférence a ouvert les chantiers du futur pour la branche des Industries Graphiques. En clôture, René Anélot, Président d'Ambition Graphique, et Éric Martin, Président jusqu'au Conseil d'administration du 5 juin 2025 et aujourd'hui Trésorier, ont réaffirmé les grandes orientations de l'association, notamment la volonté de déployer une offre de services.



” ” **Quel regard portez-vous sur la conférence que nous venons de vivre ?
Qu'en reprenez-vous ?**

Éric Martin : Cette conférence était un pari. Nous devons montrer aux entreprises de la branche ce que nous faisons et ce que nous construisons jour après jour. Cette journée a vu défiler des intervenants et des débats de qualité. Quand je vois le résultat aujourd'hui de l'impulsion donnée il y a quelques années par Pascal Bovéro, et de la volonté des organisations syndicales et patronales de créer l'association, je suis ému. Nous pouvons nous féliciter du chemin parcouru.



” ” **Cet événement n'est pas un point final, simplement un point d'étape. Quelle est la feuille de route en 2026 ?**

E. M. : Nous souhaitons proposer des offres clés en main, pour que les entreprises n'aient pas à se soucier de chercher les bons prestataires, savoir comment organiser les choses, être contraintes par la lourdeur administrative... Dans sa première mouture, l'offre de services couvrira 7 grands thèmes qui concernent notre branche, de la stratégie aux ressources humaines, en passant par le développement des compétences des salariés. Nous accompagnons les entreprises pour les mettre « dans le bon sens » et leur permettre d'acquérir des compétences autrement, dans un environnement de plus en plus complexe.

Les intervenants de la conférence l'ont dit : ils attendent de la simplicité, et surtout des prestataires pertinents sur le secteur de l'imprimerie.

E. M. : La branche des Industries Graphiques se compose d'entreprises de toutes tailles, avec des spécialités différentes. L'enjeu est donc d'adresser tout ce panel, en proposant des prestataires experts de nos métiers. Nous avons l'expérience. Nous savons d'où nous venons. C'est ce qui nous permettra de proposer une offre de services complète, clé en main.



LE BILAN DE LA COLLECTE 2025

Ambition Graphique est mandatée par la branche pour assurer la collecte des contributions conventionnelles des entreprises relevant de la convention collective de l'imprimerie de lauré et des Industries Graphiques (IDCC 184). Cette opération est confiée à la société CIAN Technologies en qualité de prestataire opérationnel.

En 2025, les trois contributions conventionnelles, calculées sur la masse salariale brute de l'année 2024 selon leurs taux respectifs, ont totalisé un montant global de 5 251 865 € HT. Une collecte en hausse de 71,39 % par rapport à l'année précédente¹, réalisée auprès de 2 064 entreprises employant 27 707 salariés.

Le Fonds pour le développement des bassins d'activité régionaux dans les Industries Graphiques permet de financer des plans d'action territoriaux et des projets structurants, innovants et fédérateurs. Son objectif est de soutenir la compétitivité des entreprises, favoriser les synergies locales et accompagner la transformation du secteur sur l'ensemble des territoires.

1 489 031 € HT
0,15% avec plancher : 315 € HT,
plafond : 3 600 € HT

Dialogue social et revitalisation des bassins graphiques : cette contribution permet de développer le dialogue social à tous les niveaux, de faciliter la négociation collective et de soutenir l'action de la branche auprès des pouvoirs publics.

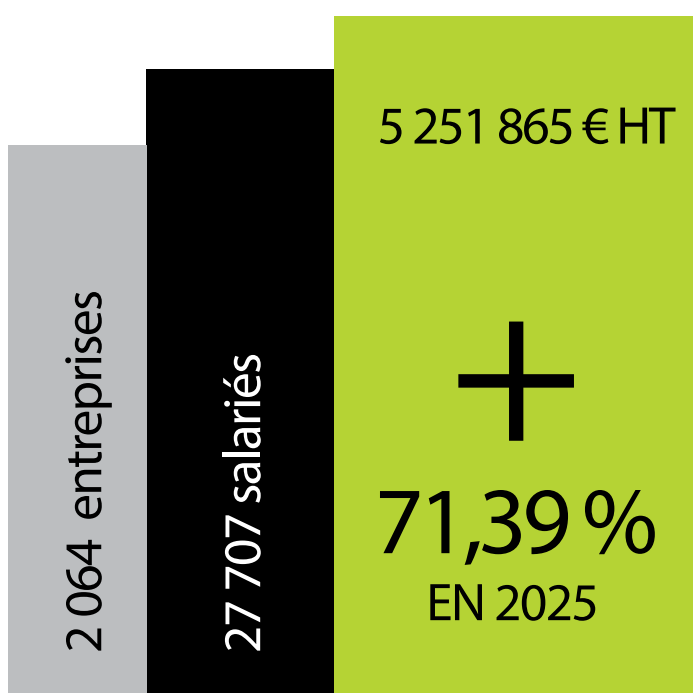
389 730 € HT
0,04% avec plancher : 50 € HT,
plafond : 1 500 € HT

Développement économique et innovation : cette contribution permet de soutenir les actions concrètes au profit de la compétitivité des entreprises².

3 373 104 € HT
0,40%, avec plancher 200 € HT,
plafond : 10 000 € HT

¹ Déclarations validées au 20/11/2025.

² Afin d'amplifier son impact et de répondre aux enjeux actuels, la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi et de la Formation Professionnelle IIG a actualisé, le 30 septembre 2025, les modalités de cette dernière contribution. Ces ajustements reflètent la volonté de la branche de se doter de ressources à la hauteur de ses objectifs.



IMPRIMERIE DE L'HORIZON

ENSEMBLE, FINANÇONS L'AVENIR POUR

VOIR PLUS LOIN

LES CONTRIBUTIONS CONVENTIONNELLES
servent des objectifs complémentaires :

FAVORISER LA COMPÉTITIVITÉ DE VOTRE ENTREPRISE
en soutenant les compétences avec la plateforme digitale
LaLigneContinue.fr

ACCOMPAGNER votre RSE avec le label **Print Ethic**.

VOUS CONSEILLER au plus près de vos besoins avec nos
6 Conseillers développement présents sur l'ensemble
du territoire.

DÉFENDRE NOTRE SECTEUR en soutenant le développement
des bassins d'activité régionaux dans les industries
graphiques, en participant au développement économique
et à l'innovation, en promouvant nos métiers auprès des
jeunes publics.

ambitiongraphique.fr

AMBITION GRAPHIQUE

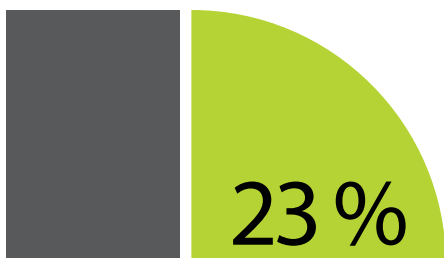
IMPRIMONS L'AVENIR ENSEMBLE

LES MOYENS DE NOS AMBITIONS



Projets d'accompagnement des entreprises

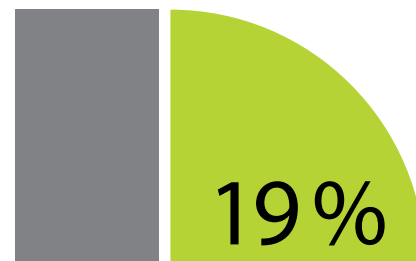
Ambition Graphique dédie une part stratégique de son budget au financement direct de projets d'accompagnement pour les entreprises de la branche. Ce poste de dépense agit comme un levier permettant de lever les freins à la transformation et de sécuriser les étapes de la vie d'une organisation. Les ressources mobilisées permettent notamment de co-financer des projets de croissance (acquisition, diagnostics, appui technique), de structuration et de performance (audits organisationnels, conseil en structuration, prestations RH), de positionnement (branding, différenciation, etc.).



Projets de branche

Les moyens alloués à ce poste couvrent notamment la réalisation de diagnostics flash et approfondis au sein des entreprises, les études nécessaires aux chantiers de certification,

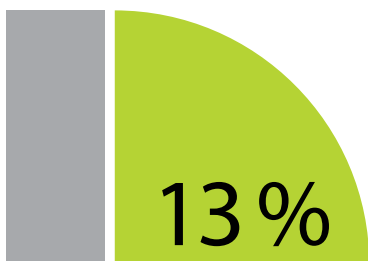
l'accompagnement de la normalisation en France (TC 130). Ces actions permettent de structurer et de valoriser les initiatives techniques et réglementaires de la branche.



Service de proximité

Composé de six conseillers en développement, le service de proximité d'Ambition Graphique accompagne les entreprises au plus près de leurs réalités locales. Ce budget opérationnel soutient une mission de pivot indispensable à la cohésion :

- Un rôle de transmission et d'expertise, où les conseillers assurent la descente des informations de la branche vers les acteurs du secteur, rendant accessibles les dispositifs de formation financés par l'OPCO-EP, les mesures de financement des partenaires institutionnels, les outils RH...
- Une remontée permanente des besoins du terrain en recensant toutes les attentes des dirigeants, pour faire évoluer l'offre de services de l'association dans le bon sens,
- La création de liens vertueux, en connectant les entreprises aux bons partenaires et prestataires, pour des collaborations réussies.



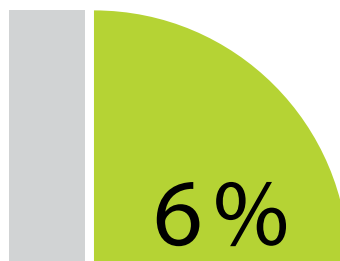
13%

Digital Learning

Ce poste reflète la volonté d'Ambition Graphique de doter la branche d'un outil de souveraineté pédagogique. Il ne se limite pas à la maintenance d'une infrastructure numérique, mais finance le développement de solutions technologiques agiles qui garantissent un accès gratuit et permanent à la formation pour les salariés du secteur.

Les moyens mobilisés servent à activer trois leviers :

- Le co-développement et la constitution de contenus de haute technicité, qui couvrent l'ensemble de la chaîne de valeur : conception graphique, façonnage, prépresse, impression numérique et sérigraphique, management, RH...
- La création de formats diversifiés pour répondre aux nouveaux usages de formation,
- La promotion de l'écosystème de LaLigneContinue® auprès des entreprises de la branche et de leurs salariés.

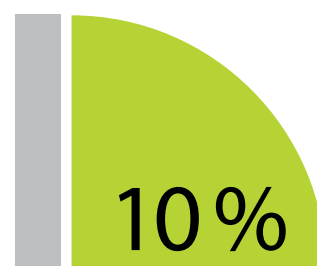


6%

RSE / Print Ethic

Les fonds engagés soutiennent un accompagnement de proximité pour structurer la démarche de labellisation des adhérents, financent les audits rigoureux garantissant la crédibilité du label, et permettent le développement d'outils de pilotage.

Au-delà de l'ingénierie pédagogique, une part du budget est consacrée à la promotion de Print Ethic auprès des fournisseurs et des donneurs d'ordre. L'objectif est double : valoriser l'excellence des entreprises labellisées comme un critère de différenciation majeur sur le marché et affirmer le rôle de la branche comme un acteur responsable et précurseur au sein de la chaîne de valeur de l'imprimé.



10%

Fonctionnement

Rigoureusement alloué, le budget de fonctionnement de l'association sert une ingénierie de services performante et à destination de toutes les entreprises de la branche. Il soutient une équipe experte qui sillonne le terrain, des collaborateurs dédiés à la gestion et l'évolution du label RSE Print Ethic, du projet Digital Learning, ainsi que des pôles spécialisés dans la communication et le déploiement d'une offre d'accompagnement.



L'ACCOMPAGNEMENT TERRAIN

L'exercice 2025 s'est ouvert avec l'ambition de renforcer l'adéquation entre les besoins des entreprises et les dispositifs d'accompagnement de la branche. La ligne de conduite établie fin 2024 visait prioritairement à faire de la proximité terrain le levier d'une transformation sectorielle réussie.

● La consolidation de l'image sur le terrain

L'année 2025 marque une évolution notable dans la perception d'Ambition Graphique par les chefs d'entreprise. Initialement identifiée par le prisme de la collecte de contributions, l'association est désormais perçue comme un centre de ressources stratégiques – une véritable agence de développement et d'innovation au service des Industries Graphiques.

Ce changement de paradigme résulte d'un investissement terrain soutenu. Les visites et rendez-vous instaurent un dialogue technique qualifié et la base d'un lien de confiance. Les conseillers deviennent des partenaires. Ils s'inscrivent dans la mémoire et la vie des imprimeurs qui les sollicitent pour leur capacité à orienter vers les bons interlocuteurs et à apporter des réponses concrètes.



Accompagner une entreprise, c'est avant tout comprendre sa réalité : son métier, ses outils, ses enjeux humains et son organisation.

Derrière chaque premier échange se trouvent des attentes, des défis et des questionnements.

Dans un contexte de transformation permanente, nous travaillons aux côtés des entreprises pour les aider à évoluer, à relever leurs enjeux et à construire des solutions adaptées à leurs ambitions. Grâce à une écoute active, un dialogue authentique et une approche collaborative, nous bâtissons progressivement une relation de confiance durable.



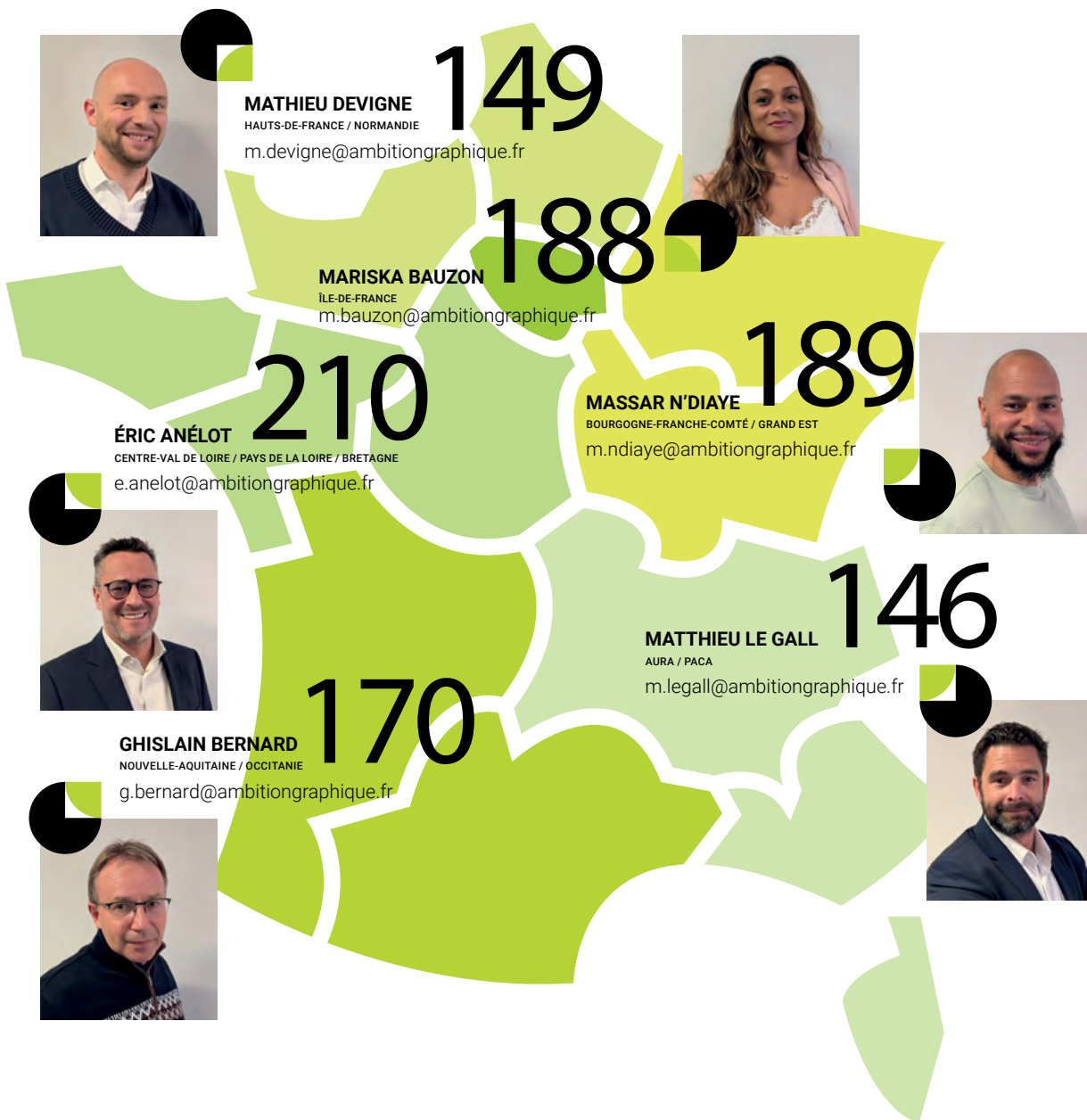
Mathieu Devigne

Conseiller développement
Hauts-de-France, Normandie

La présence des six conseillers sur le terrain a permis d'intensifier les interactions avec les entreprises, sur des problématiques variées, mais aussi de valoriser les produits et services développés par Ambition Graphique au service de la branche, comme LaLigneContinue® et le label Print Ethic.

LES VISITES D'ENTREPRISES

DES CONSEILLERS DÉVELOPPEMENT EN 2025



La visite en entreprise est le point de départ indispensable de notre action. En parcourant les ateliers et en discutant avec les dirigeants, nous captions l'ADN de la structure. Pour l'entreprise, ce moment d'échange permet de rompre l'isolement et de traduire des défis quotidiens en projets concrets. C'est au cœur des imprimeries que nous échangeons sur les évolutions futures, tout en garantissant que les services d'Ambition Graphique sont alignés avec les besoins des acteurs de la branche.

Ghislain Bernard

Conseiller développement / Nouvelle-Aquitaine, Occitanie

LE CONSEILLER DÉVELOPPEMENT

UN PIVOT PLURIDISCIPLINAIRE

● L'action des conseillers s'articule autour de trois axes :

Soutien à la décision et médiation :

ils assurent une écoute active auprès des dirigeants, recueillant les questionnements et les problématiques face aux mutations du secteur. Ils aident à prendre du recul sur les tensions organisationnelles.

Animation territoriale :

en tant que relais d'information, ils assurent le maillage entre les acteurs locaux et les besoins des entreprises.

Expertise de branche :

ils réinterrogent la culture sectorielle, souvent centrée sur la compétence à travers la formation, à la suite d'un investissement. Ils offrent d'autres perspectives dans un secteur qui évolue rapidement.

Leur valeur ajoutée réside dans leur neutralité et leur vision globale de la branche, permettant d'anticiper les besoins avant qu'ils ne deviennent critiques.



Chef d'orchestre, maître loyal, animateur du territoire et des entreprises, chef de projet, assistant social... Être conseiller, c'est tout ça, mais c'est surtout alléger autant que possible les entreprises des contraintes liées à leur développement. Notre rôle est de trouver des solutions de A à Z pour accompagner les dirigeants dans leurs projets.

Matthieu Le Gall

Conseiller développement
Auvergne-Rhône-Alpes, Provence-Alpes-Côte d'Azur



Notre rôle de conseiller prend tout son sens dans un secteur en pleine transformation digitale. Les sujets comme l'intégration de l'intelligence artificielle, ou encore l'automatisation des devis et des process, reviennent très régulièrement dans les échanges. Il nous appartient de guider, créer des passerelles et structurer l'accompagnement des dirigeants, afin de garantir que chaque projet initié devienne un levier de croissance pour l'entreprise et un vecteur de développement pour ses collaborateurs.

Mariska Bauzon

Conseiller développement
Île-de-France

● Le diagnostic : un levier de transformation

Le diagnostic d'entreprise constitue l'outil central de l'offre d'accompagnement. En 2025, cette démarche a permis d'établir des cartographies organisationnelles précises, essentielles pour sécuriser les projets de transformation. L'enjeu est d'identifier les freins opérationnels, les points de friction dans la chaîne de valeur, et de proposer des solutions bout en bout. Ce travail de fond a directement alimenté la construction de la nouvelle offre de services (prévue en 2026) et la sélection de prestataires adaptés aux réalités techniques et économiques du terrain.



Lorsqu'une organisation paraît performante, elle néglige souvent les premiers signaux faibles. Pourtant, c'est l'accumulation de ces "grains de sable", presque invisibles au départ, qui finit par paralyser la machine. Le réflexe est de traiter l'incident final, alors que la clé réside dans la friction d'origine.

Notre mission est d'éveiller les consciences sur ces dysfonctionnements : qu'ils soient organisationnels, relationnels ou liés à des compétences en perte de vitesse, nous intervenons pour prévenir la rupture et semer les graines d'une résilience durable.

Massar N'Diaye

Conseiller développement
Bourgogne-Franche-Comté, Grand Est





L'innovation et la RSE, moteurs de transformation



Anne-Emmanuelle Crivelli - Cloître Imprimeurs

Basé à Saint-Thonan, à la pointe de la Bretagne, Cloître Imprimeurs est un acteur majeur de l'impression régionale. Avec 120 collaborateurs répartis sur plusieurs sites, l'entreprise a entamé une mutation profonde. Échange avec Anne-Emmanuelle Crivelli, responsable RSE et amélioration continue, qui revient sur l'accompagnement stratégique d'Ambition Graphique.

Qui est Cloître Imprimeurs aujourd'hui ?

Anne-Emmanuelle Crivelli : Nous sommes le premier imprimeur de Bretagne en termes d'effectifs et de parc machine. Historiquement, nous avons toujours beaucoup investi dans l'outil de production. Mais depuis trois ans, le curseur s'est déplacé : nous investissons massivement dans l'humain, l'informatique et la RSE. Sous l'impulsion de notre dirigeant, nous cultivons une agilité constante. Au-delà de l'imprimerie traditionnelle, nous nous diversifions dans la signalétique grand format et l'étiquette pour élargir nos savoir-faire.

Vous menez actuellement quatre chantiers de front. Quel rôle joue Ambition Graphique dans cette transformation ?

A.-E. C. : Ambition Graphique a été un levier financier et opérationnel crucial sur deux de nos quatre projets majeurs. D'une part, l'automatisation des flux avec le consultant expert Blue West. L'objectif est complexe : lier nos fichiers clients à notre ERP pour automatiser l'imposition et vérifier la conformité des devis. D'autre part, ils nous soutiennent dans notre démarche de Lean Management. Nous ne faisons pas du "Lean" pour la performance pure, mais pour l'amélioration continue et le bien-être : il s'agit de supprimer les irritants quotidiens de nos collaborateurs.

Vous utilisez également "LaLigneContinue®", la plateforme de digital learning dédiée à la branche des Industries Graphiques. Quel est votre verdict ?

A.-E. C. : C'est un outil précieux, surtout quand on n'a pas de budget formation extensible. Avec l'accompagnement de Sylvie Soriano, j'ai créé des parcours spécifiques de 2h à 2h30 pour nos équipes commerciales et nos assistantes. Le métier est très technique et, avec les départs en retraite, nous devons accélérer la montée en compétences des nouveaux arrivants. C'est un complément idéal pour l'onboarding et le micro-learning. Nous avons même créé une salle dédiée au e-learning pour que les salariés puissent s'isoler et se former sereinement.

Côté RSE, vous avez obtenu le niveau 3 du label Print Ethic en 2025. Pourquoi cet engagement ?

A.-E. C. : Nous étions déjà engagés dans Bretagne 26000, mais Print Ethic nous a permis de structurer notre démarche spécifiquement pour notre secteur. Ce qui nous porte, c'est le sérieux du label : il est basé sur la norme ISO 26000. C'est un gage de professionnalisme. Être le premier imprimeur de France à obtenir le niveau 3 est une fierté, même s'il reste un travail de pédagogie à faire auprès des donneurs d'ordres pour que ce label devienne un critère de choix dans les appels d'offres publics.

Pourquoi l'accompagnement d'Ambition Graphique vous est important ?

A.-E. C. : Pour un imprimeur, chaque investissement est un risque. Le soutien d'Ambition Graphique sécurise nos projets de modernisation. Les impacts concrets se verront pleinement d'ici un an, après la phase d'adaptation des équipes, mais le dynamisme est là. Entre l'automatisation, la refonte de notre ERP et la formation, nous transformons nos processus pour être plus robustes et plus responsables. Tous les outils mis à disposition par Ambition Graphique sont bons à prendre : ils nous aident à transformer nos engagements en réalités opérationnelles.

LE SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT

DE NOUVELLES COMPÉTENCES

La stratégie d'accompagnement de proximité repose aussi sur un engagement accru d'Ambition Graphique auprès des centres de formation (CFA) afin de structurer des parcours d'apprentissage en phase avec les réalités techniques du secteur.

Le séminaire des CFA : les besoins en lumière

Organisé les 29 et 30 janvier derniers à Clichy (92) dans les anciens murs de l'imprimerie Paul Dupont, le deuxième séminaire d'Ambition Graphique a réuni une quarantaine d'experts des questions de formation, de partenaires sociaux et de responsables des CFA des Métiers de l'imprimé. Cet événement visait à aligner les stratégies de formation sur les besoins d'une branche en pleine mutation. Les objectifs concrets :

- Faciliter les échanges entre la branche des Industries Graphiques et les CFA qui préparent aux diplômés du secteur
- Positionner le réseau qu'ils forment sur l'ensemble du territoire, dans la politique de branche
- Partager l'analyse des chantiers en cours et à venir, et envisager de nouvelles stratégies

Le séminaire a permis de décrypter les incertitudes liées à la réforme du financement de l'apprentissage prévue par la loi de finances 2025. L'expert Alain Druelles, associé fondateur de Quintet Conseil, a souligné la nécessité d'une évaluation fiable des coûts pour maintenir l'élan d'un mode de formation devenu essentiel, malgré un tassement des nouveaux contrats au niveau

national. Parallèlement, Jean-Pierre Willems, consultant expert en droit de la formation et droit du travail, a rappelé l'importance de la qualité (évolution de Qualiopi), incitant les CFA à diversifier leurs publics et à renforcer leur accompagnement social pour faire face à la baisse démographique.

Les bilans dressés par Nicolas Borsallero, responsable de la coordination interservices à l'OPCO EP, et Pascal Bovéro, délégué général de l'UNIIC, ont révélé une branche contrastée avec :

- Un modèle de l'apprentissage dynamique : plus de 1 300 contrats signés en 2023, majoritairement dans des TPE, avec une forte demande pour les conducteurs offset et les graphistes.
- Mais aussi une fragilité économique : un secteur confronté à la dématérialisation et à l'érosion des marges (51 % des imprimeries de labeur sont déficitaires), imposant une diversification urgente vers de nouveaux services et supports innovants.

Pour répondre à ces enjeux, l'agence Sensee a présenté la nouvelle phase de la campagne de communication, désormais axée sur le recrutement direct via les réseaux sociaux pour générer des profils qualifiés pour les CFA.

Différentes pistes d'action ont été proposées par Éric Martin, président d'Ambition Graphique en 2025 et Jean-Pierre Willems : guider les choix économiques des CFA, optimiser le sourcing des apprentis, prévenir les ruptures de contrat, favoriser l'innovation pédagogique et encourager la mutualisation des ressources.

LA PROMOTION DES MÉTIERS ET DES CURSUS

En 2024, la participation des conseillers à divers événements dédiés à l'orientation avait contribué à valoriser les parcours de formation et à faire la promotion des innovations et évolutions technologiques du secteur. En 2025, cette dynamique s'est poursuivie, avec la volonté de renforcer les actions pour sensibiliser un large public aux opportunités offertes par la branche graphique.



Nos métiers souffrent d'un déficit de lisibilité auprès du grand public. Pour en mesurer l'impact, il suffit de se projeter dans un environnement de consommation où ils seraient absents : une enseigne dépourvue de signalétique, des rayons dénués de packaging, et un quotidien sans affichage ni presse.

Cette mise en perspective illustre immédiatement l'omniprésence, la diversité et la valeur ajoutée de notre secteur. Elle ouvre le champ des possibles que nous pouvons valoriser lors de nos interventions sur les salons d'orientation et auprès des centres de formation.

Éric Anélot

Conseiller développement
Centre-Val de Loire, Pays de la Loire & Bretagne



Les salons et événements couverts aux côtés des CFA en 2025

Salon des métiers et de
l'orientation à Rouen

Festival Cherisy Manga

Salon FOFE : salon des
métiers et de l'orientation
d'Angoulême

Métiers en tournée de Gisors

Forum des Métiers de
Grenoble Alpes Métropole



WorldSkills 2025, visibilité et convivialité

Du 16 au 18 octobre 2025, le Parc Chanot de Marseille a vibré au rythme de la 48^{ème} compétition nationale des métiers. Pour Ambition Graphique, cet événement a constitué un temps stratégique, alliant valorisation des savoir-faire et cohésion d'équipe.

Sur le stand, chaque collaborateur s'est investi pour animer, informer et orienter les visiteurs. Une occasion unique pour l'équipe de se retrouver dans un cadre stimulant, transformant l'effort collectif en un moment de convivialité et de partage autour des métiers de l'imprimé.

Le stand, conçu comme un parcours pédagogique aux couleurs de la campagne, visait trois objectifs majeurs :

- Promouvoir la diversité des métiers et des 28 centres de formation nationaux
- Générer des candidatures qualifiées en captant l'intérêt des jeunes
- Renforcer l'image de marque de la branche auprès des partenaires et prescripteurs

Grâce à une organisation en deux espaces (information et ateliers de sublimation/transfert sur mugs et textiles), chaque jeune bénéficiait d'une présentation systématique de la branche avant d'accéder aux animations.

L'événement a rencontré un beau succès auprès de notre cible prioritaire (15-25 ans, collégiens et parents), avec une fréquentation record et un flux continu sur le stand durant les trois jours. En parallèle des épreuves, les conseillers ont permis à plus de 1 300 visiteurs de découvrir concrètement les métiers de la branche.

L'appui opérationnel

Au-delà des salons dédiés à l'orientation des jeunes, Ambition Graphique a renforcé les liens avec les centres de formation avec un véritable appui opérationnel. Les conseillers accompagnent volontiers les acteurs de la branche, à la fois par une présence physique lors des événements mais aussi en mettant à disposition du matériel technique et/ou pédagogique.

Notamment un kit de communication créé dans le cadre des Métiers de l'Imprimé, comprenant une charte d'utilisation, les éléments logotypes et colorimétriques rattachés à la campagne, et divers outils de communication : affiches, bande sonore, vidéos, illustrations, kakémonos...

Les conseillers jouent également un rôle de facilitateur de proximité, mettant en relation les entreprises en recherche de main-d'œuvre avec les profils issus des centres de formation (POEC, France Travail).





Mettre en relation pour briser l'isolement



Zaklina Stojanovic - INJS Paris

Dans les métiers de l'imprimé, le maintien d'un apprenti dans son parcours tient parfois à un fil. Pour les jeunes de l'Institut National des Jeunes Sourds (INJS) de Paris, la barrière du handicap rend la recherche d'entreprise particulièrement complexe. Zaklina Stojanovic raconte comment l'intervention d'Ambition Graphique a sauvé le parcours d'un futur talent.

Quelle est la mission de votre centre de formation et à quelles difficultés faites-vous face ?

Zaklina Stojanovic : Nous formons des jeunes, notamment au CAP Signalétique et Décors Graphiques en apprentissage. Notre combat quotidien, c'est l'insertion. Pour nos élèves sourds ou malentendants, trouver une entreprise est un parcours du combattant. Trop souvent, des apprentis se retrouvent contraints de mettre fin à leur formation faute d'employeur. Cette année encore, quatre jeunes ont dû interrompre leur parcours. C'est profondément regrettable.

C'est là qu'intervient Mariska Bauzon, conseillère chez Ambition Graphique. Comment s'est faite la rencontre ?

Z. S. : C'est le réseau qui a opéré. Un employeur partenaire m'a mise en relation avec Mariska, qui est ensuite venue visiter notre établissement. En décembre dernier, la situation est devenue particulièrement critique pour un étudiant de deuxième année : à la suite d'une rupture de contrat, il ne lui restait que quelques semaines pour retrouver un employeur dans le délai légal de six mois. Face à cette urgence, j'ai fait appel à Mariska, qui n'a pas hésité à mobiliser rapidement son réseau pour nous aider.

Quel a été l'impact concret de cette mise en relation ?

Z. S. : Mariska nous a orientés vers l'entreprise DS Impression et M. Hipeaux, directeur général, a accepté de relever le défi. Sans l'intervention de Mariska et le soutien du réseau d'Ambition Graphique, ce jeune aurait probablement dû interrompre son parcours, compromettant ainsi son avenir professionnel et ses perspectives d'insertion durable dans le métier. Cette situation illustre aussi la réactivité indispensable dans ce type d'accompagnement : il faut pouvoir identifier rapidement des solutions, mobiliser les bons interlocuteurs et instaurer un climat de confiance entre les entreprises et les jeunes. Plus largement, cette mobilisation montre l'importance de créer des passerelles concrètes entre les besoins réels des entreprises et des jeunes motivés à apprendre un métier, afin de sécuriser les parcours de formation et de favoriser une insertion professionnelle réussie.

Selon vous, pourquoi l'apprentissage est-il si vital pour les imprimeurs ?

Z. S. : Le secteur évolue et se diversifie constamment. Pour une entreprise, c'est un véritable investissement sur l'avenir : former un jeune à ses méthodes, à ses outils et à sa culture d'entreprise afin qu'il devienne, à terme, un collaborateur pleinement autonome. Des freins subsistent encore, notamment autour du handicap, mais notre rôle est justement d'accompagner les entreprises pour dépasser ces appréhensions.

Quel regard portez-vous sur le rôle d'Ambition Graphique dans cette branche ?

Z. S. : Les conseillers sont présents sur le terrain. Ils connaissent bien les entreprises et leurs dirigeants. Pour nous, c'est l'accès à un réseau que nous n'aurions pas pu atteindre seuls. Cette dynamique redonne de l'élan et de l'espoir aux apprentis, ainsi qu'à leurs familles. J'ai d'ailleurs l'intention de poursuivre cette collaboration avec Ambition Graphique dès la rentrée prochaine, en m'appuyant également sur les outils mis à disposition (kit de communication, campagnes de recrutement de candidats à nos formations, etc.).

LA PROMOTION DES MÉTIERS DE L'IMPRIMÉ

Lancée fin 2022, la campagne de promotion des Métiers de l'Imprimé suit une trajectoire pluriannuelle. Après une phase d'installation (2022-2023) et d'élargissement de l'audience (2024), l'année 2025 a marqué un tournant : l'entrée dans la phase de consolidation par l'incarnation.

Objectif : consolider la campagne sur la base d'une stratégie de contenus permettant l'incarnation des métiers et leur présentation concrète via des formats plus bruts et réalistes. Au-delà des premiers enjeux de visibilité et de connaissance de la branche, il s'agit de créer un véritable réseau d'ambassadeurs de jeunes afin de soutenir les actions déployées et de faire des métiers de l'imprimé une référence.

ATTRACTIVITÉ

Transformer l'image de la branche pour inspirer les jeunes et rassurer les parents.

VOCATION

Déployer une communication positive et affinitaire avec les codes de la cible.

PERFORMANCE RH

Soutenir le recrutement des CFA et favoriser la rencontre entre "bons profils" et entreprises.

FIDÉLISATION

Réduire l'abandon en formation en confortant les étudiants dans leur choix d'orientation.



Le choix de l'authenticité, une stratégie de contenu "brut"

En 2025, la campagne a délaissé les codes publicitaires traditionnels pour une approche plus réaliste, essentielle pour créer un lien de confiance auprès des 14-25 ans.

Le photoreportage à Grafik Plus

Réalisé en juin 2025 avec un dispositif technique volontairement léger, ce reportage a privilégié l'instantanéité à la scénographie. Ce choix de l'esthétique brute facilite la projection immédiate des jeunes dans l'environnement réel de l'imprimerie.

L'incarnation par la vidéo

Avec le lancement des séries « Print Your Future » et « Regards Croisés », la parole a été donnée à ceux qui font la branche. Ces formats dynamiques (spots courts et interviews riches) permettent d'humaniser les métiers et de transformer les visages de la campagne en véritables visuels de référence.

● Un dispositif transversal performant

L'année 2025 a été l'occasion de la mise en place d'un dispositif transversal, en adéquation avec la multitude de cibles et leurs spécificités : 14-18 ans, 18-24 ans, CFA et autres partenaires de la branche, parents et acteurs prescripteurs (entreprises, presse). L'année a donc été rythmée par une présence multicanale mixant puissance digitale et proximité terrain, via les conseillers et avec une présence sur des événements choisis.

Côté digital, TikTok et Instagram ont été les fers de lance de la notoriété. Les deux challenges TikTok organisés avec les CFA, en janvier 2025 et en fin d'année, ont généré une dynamique de co-création inédite, utilisant les codes de la plateforme (musique dédiée, hashtag #challengeMDI) pour engager la communauté. Les participants devaient créer une vidéo, avec pour seule obligation d'utiliser le code CMJN et la boucle musicale des Métiers de l'Imprimé. À la clé, 1 iPad Pro et 4 casques audio à gagner pour les 5 vidéos les plus likées.

Le site lesmetiersdelimprime.fr demeure le point d'ancrage de l'écosystème, centralisant les fiches métiers, les parcours de formation existants et les engagements RSE de la branche.

● Le Guide du Routard de l'Alternant

Pour booster la visibilité de la branche, une insertion presse pleine page dédiée aux Métiers de l'Imprimé a été déployée au sein de l'édition 2025 du Guide du Routard de l'Alternant. Cet outil de référence, diffusé à 25 000 exemplaires par l'association WALT lors d'événements majeurs (WorldSkills, Studyrama, Jeunes d'Avenir), permet de crédibiliser les formations auprès des jeunes de 14 à 29 ans.

Ce dispositif est complété par un kit de communication et la diffusion de 500 guides physiques, avec pour objectif direct de générer un flux de demandes d'informations qualifiées vers les centres de formation de la branche.

7,2 MILLIONS
de vues sur les réseaux sociaux

2,1 MILLIONS
de vues et 4 500 clics sur les campagnes de recrutement

171
profils de candidats préqualifiés générés



MON AVENIR ? AUSSI BRILLANT QU'UN VERNIS SÉLECTIF

MétiersDeL'imprimé.fr

Les métiers de l'imprimé en 2026

L'exercice 2025 prouve que la stratégie de contenu « réaliste » est le levier le plus efficace pour transformer la perception des métiers de l'imprimé. La campagne ne se contente plus de montrer, elle démontre la vitalité de la branche.

Pour 2026, l'enjeu sera de capitaliser sur ce vivier de contenus pour identifier et structurer un réseau d'ambassadeurs officiels parmi les jeunes talents mis en avant cette année, afin de passer d'une communication descendante à une influence de pair-à-pair.

Les perspectives :

- Le renforcement des activations recrutement pendant les périodes de salon, avec des campagnes avant, pendant, après,
- La création de contenus pédagogiques et de proximité pour valoriser les métiers de l'imprimé (tutoriels, mises en situation terrain...),
- L'intensification des campagnes digitales de recrutement de candidats, lancées en 2025, qui avaient déjà généré un listing de plus de 170 profils transmis aux coordinateurs des cursus de formation.

LaLigneContinue®

L'ÉCOSYSTÈME DIGITAL LEARNING DE LA BRANCHE

LaLigneContinue® est conçue par et pour les acteurs des Industries Graphiques. Sa finalité : l'« entreprise apprenante », qui incarne l'ambition des partenaires sociaux et d'Ambition Graphique d'accompagner la mutation des métiers. Elle constitue un espace de rencontre privilégié où les passionnés et les professionnels se retrouvent pour échanger, transmettre et monter en compétences, garantissant ainsi la pérennité des savoir-faire du secteur.

La force de LaLigneContinue® repose sur le co-développement : les experts métier y partagent leur expertise à travers des modules de formation produits selon des standards exigeants. L'offre se décline en formats flexibles, du 100 % à distance au multimodal (blended learning³), en passant par des serious games⁴ ou des expériences immersives, permettant de répondre avec précision aux besoins des entreprises et de leurs collaborateurs. Aujourd'hui, ce sont plus de 200 produits pédagogiques, accessibles et gratuits, qui sont à la disposition des salariés de la branche des Industries Graphiques.

● Pour les employeurs

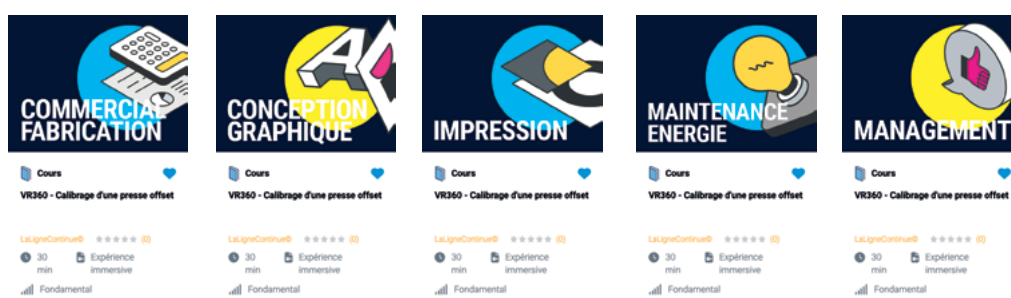
- Un accès simplifié qui permet de former les équipes sur des sujets techniques pointus sans désorganiser la production grâce à des formats courts et ciblés.
- La mutualisation pour profiter d'une offre de formation structurée et financée, spécifiquement adaptée aux réalités économiques des imprimeries.

● Pour les salariés

- Une progression continue pour se perfectionner ou s'initier à de nouvelles techniques (sérigraphie, gestion des couleurs, flux de production) à son propre rythme.
- Une reconnaissance métier avec des parcours conçus pour valider des compétences concrètes et reconnues par les pairs.
- Une communauté d'experts qui forme un réseau dynamique pour briser l'isolement technique et échanger sur les bonnes pratiques du métier.

lalignecontinue

À chaque connexion, je progresse



LES NOUVEAUTÉS DU CATALOGUE

33 nouveaux modules & 4 parcours métiers

Deux nouveaux modules ont vu le jour en juin 2025 sur LaLigneContinue® : Santé et Sécurité au Travail, et Prévention des risques DUERP. Objectif : sensibiliser les TPE et PME à l'obligation réglementaire de rédiger et mettre à jour le Document Unique d'Évaluation des Risques.

Afin d'aider les recruteurs à éviter les erreurs de recrutement dues à des biais cognitifs, 11 modules en microlearning (5 minutes) ont également été créés autour des Biais du Recruteur, et comment interroger ses pratiques pour plus d'équité.

D'autres formations viennent compléter l'offre de LaLigneContinue® :

- Le numérique responsable : 20 gestes
- « Les 5 sens dans les métiers de l'imprimé » : 15 minutes pour explorer le rôle des cinq sens dans la communication imprimée (version grand public pour marque employeur)
- Un nouveau numéro dans la collection b.a-ba, l'indispensable dédié à la découpe, pour comprendre, mémoriser et être en capacité de faire l'essentiel en atelier
- 4 parcours métiers dédiés aux entreprises pour intégrer les nouveaux arrivants :
 - Construire la relation client : les fondamentaux de l'industrie graphique
 - Façonnage : la signature du produit imprimé
 - Le prépresse : entre créativité et maîtrise technique
 - Techniques d'impression et gestion de la couleur

³ Méthode pédagogique qui combine l'apprentissage en présentiel (avec un formateur) et l'apprentissage à distance (e-learning).

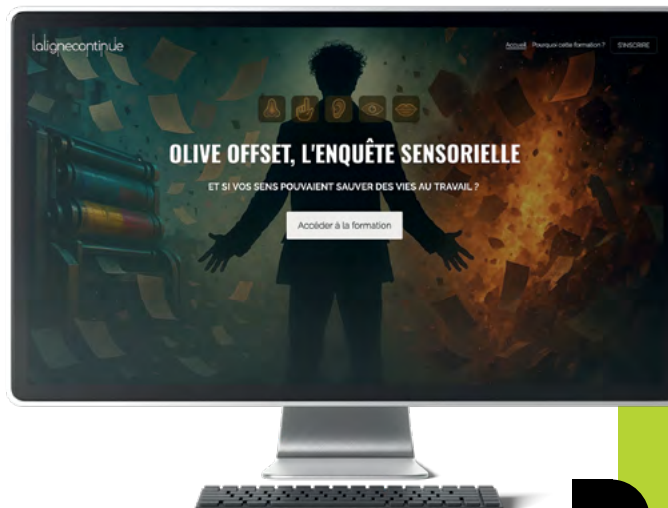
⁴ Dispositif ludo-éducatif qui combine une intention pédagogique avec des mécanismes du jeu (divertissement, scénario, défis, récompenses).

L'enquête sensorielle Olive Offset

Développée en 2025 et lancée en janvier 2026 sur LaLigneContinue®, la formation Olive Offset : l'enquête sensorielle illustre la volonté d'innover en matière de prévention des risques professionnels. Ce module d'une durée de 45 minutes propose une expérience immersive, multisensorielle, en ligne, conçue pour sensibiliser les salariés des Industries Graphiques à la détection précoce des anomalies en atelier.

L'originalité du dispositif repose sur une approche ludo-pédagogique mêlant enquête vidéo et intelligence conversationnelle. L'apprenant est invité à mobiliser ses cinq sens, la vue pour les voyants d'alerte, l'ouïe pour les bruits mécaniques inhabituels ou encore l'odorat pour les substances anormales afin d'identifier des signaux faibles pouvant conduire à un incident.

Ce format court et engageant permet de transformer les consignes de sécurité classiques en réflexes concrets, renforçant ainsi la culture de vigilance partagée au sein des imprimeries.



NOUVEAUX LEVIERS PÉDAGOGIQUES

● Les Pédago-Podcasts

En 2025, l'écosystème de LaLigneContinue® s'est enrichi avec le lancement des Pédago-Podcasts. Ce nouveau format mensuel vise à décoder les mutations de la branche des Industries Graphiques à travers des entretiens exclusifs avec des experts de nos métiers. Les invités : des designers, des imprimeurs, des MOF, des MAF et des entrepreneurs visionnaires, prêts à partager leurs connaissances, leurs expériences et leurs conseils pratiques.

Au-delà d'un simple outil de communication, cette série constitue une ressource pédagogique à part entière pour les apprenants. En croisant les regards des formateurs et les retours d'expérience des étudiants, le podcast documente les parcours d'apprentissage et les défis du métier. Pour la plateforme, ce carrefour d'expériences vécues permet de fédérer une communauté dynamique tout en offrant des contenus audio souples, adaptés aux nouvelles habitudes de consommation de l'information technique et professionnelle.

La première saison, lancée en janvier 2025, proposait aux auditeurs de partir à la découverte des normes, certifications et standards de référence des Industries Graphiques. La seconde saison, qui s'est achevée début 2026, constituait une série d'entretiens et de récits authentiques du monde de la formation dans les métiers de l'imprimé. Une saison 3, prévue en 2026, sera consacrée au BAT à toutes les sauces.

Le Top 3 des émissions les plus écoutées en 2025 :

- Comment utiliser efficacement l'IA dans les logiciels de PAO ?
- L'accompagnement des entreprises dans le Plan de Développement
- L'innovation pédagogique : rendre la formation désirable

Tous les épisodes sont accessibles sur plusieurs plateformes d'écoute (Deezer, Podcast Addict, Amazon Music, Ausha, Apple Podcasts).



Un jeu de cartes à jouer évolutif

Un jeu de 55 cartes thématiques, conçu comme un pont physique vers LaLigneContinue®, a été créé en partenariat avec le média l'Amalgame. Cet outil, accompagné d'un livret de ressources, vise à transmettre les notions clés des Industries Graphiques de manière ludique et mémorable, tout en valorisant les savoir-faire techniques du secteur.

L'intérêt majeur de ce projet réside dans son approche « blended learning » : le papier devient un levier d'activation du digital.

En atelier ou en CFA, le jeu permet d'accrocher des publics parfois éloignés des outils numériques pour les diriger, via une expérimentation concrète, vers les parcours de formation approfondis de la plateforme. Ce dispositif différenciant répond aux nouvelles attentes des utilisateurs pour des formats courts et interactifs, tout en réaffirmant le rôle central du support physique dans l'écosystème pédagogique de la branche.



ET DEMAIN ?

Lancement des focusclass,

Cette action répond à une problématique spécifique de la branche : l'accès à une formation technique précise, sur une durée très courte. Durant 1h30, les participants (en groupe de 4 à 8 personnes maximum par session) explorent un sujet précis avec une solution immédiate, dans un format interactif favorisant l'apprentissage par la pratique.

L'enjeu a été de pérenniser le dispositif en sécurisant les modalités d'accès et de financement sur la plateforme LaLigneContinue®. Au-delà de l'apport de compétences immédiat pour les salariés de la branche, cette démarche encourage une offre mutualisée entre différents organismes de formation partenaires.

Les premières sessions sont lancées en début d'année 2026.

Ouverture de Oùjensuis

L'outil Oùjensuis est une plateforme d'évaluation des compétences conçue à l'origine pour aider les salariés et les managers à faire le point sur leurs acquis par rapport aux repères des Certificats de Qualification Professionnelle (CQP). Son objectif premier était de faciliter le dialogue lors des entretiens professionnels et d'identifier les besoins en formation pour bâtir des parcours certifiants.

Après avoir été centré sur les organismes de formation, l'outil entame une nouvelle perspective pour 2026 : son ouverture directe aux entreprises. Cette évolution, rendue possible par la digitalisation et une plus grande maturité des salariés sur le sujet, nécessitera des adaptations ergonomiques pour simplifier l'accès des équipes et des managers à l'outil.

LE LABEL Print Ethic

UN NOUVEAU RÉFÉRENTIEL

● Un déploiement porté par la dynamique du secteur

Le label Print Ethic connaît une montée en charge significative en 2025, avec près d'une centaine d'entreprises engagées dans la démarche de labellisation. Face à ce succès et à l'évolution rapide du cadre réglementaire et normatif (CSRD, norme AFNOR X30-054), une mise à jour du référentiel – obligatoire tous les 4 ans – s'avérait indispensable. L'enjeu était double : simplifier l'appropriation de la démarche tout en renforçant sa robustesse, avec l'expertise du cabinet Des Enjeux et des Hommes.

● Une structure optimisée pour un pilotage stratégique

La nouvelle mouture abandonne les engagements linéaires au profit d'une structure en quatre piliers fondamentaux (Gouvernance, Social, Environnement, Économie) déclinés en 12 enjeux clés. Ce format ne se contente plus de vérifier la conformité, il incite à une progression homogène. L'entreprise est accompagnée pour mûrir sur chaque pilier de front, garantissant une crédibilité renforcée auprès des donneurs d'ordres.

Le contenu a aussi été enrichi pour intégrer les réalités actuelles : la sécurité numérique (dépassant le simple RGPD pour la cybersécurité), l'éthique des affaires au sein des achats responsables, ainsi qu'un renforcement de l'ancrage territorial et de la protection de la biodiversité.



1 DÉFINIR

la politique de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise, la piloter grâce à une organisation pérenne

2 DÉFINIR

une stratégie de positionnement et de développement de l'entreprise intégrant la RSE

3 INTÉGRER

une culture de l'innovation dans les produits, les services, l'organisation, favorisant notamment l'éco-conception des produits

4 IDENTIFIER

les parties prenantes prioritaires de l'entreprise et du territoire et dialoguer avec elles

Un focus sur l'accessibilité et l'exigence

Une adaptation spécifique du référentiel pour les entreprises de moins de 11 salariés a été construite, avec un cadre allégé pour respecter l'agilité opérationnelle des TPE, sans pour autant sacrifier l'exigence du label.

Parallèlement, pour répondre à la montée en puissance de la démarche, le système d'évaluation évolue : les audits sur site deviennent la norme dès le niveau 2. Ce passage du distanciel au présentiel sécurise la mesure de la maturité RSE réelle et permet un accompagnement plus fin des dirigeants par des tiers indépendants.

Une transition validée par le terrain

L'efficacité de ce nouveau dispositif a été éprouvée au printemps 2025 lors d'audits tests menés dans quatre entreprises volontaires : DEJA LINK à Stains, Ruel Etiquettes à Poitiers, ICA entre Lyon et Grenoble et ITF au Mans. Ces tests concluants ont confirmé que le nouveau système de points reflète bien mieux la maturité RSE réelle des entreprises.



Le nouveau référentiel est un outil de pilotage de la démarche RSE, plus clair, plus robuste et mieux aligné avec les attentes réglementaires. Il aide à structurer les actions, à hiérarchiser les priorités et à mesurer la progression pour s'inscrire dans une amélioration continue. Au-delà et ce qui fait la force de Print Ethic, c'est l'accompagnement très dynamique : boîte à outils, formation des référents RSE, webinaires, échanges de bonnes pratiques... Tout est pris en charge par le label, ce qui n'est pas négligeable et apporte un vrai soutien aux entreprises, pour ne pas se lancer seules.

Mélissa Nave

Consultante Des Enjeux et des Hommes, spécialisée dans l'accompagnement de projets liés au label RSE



5 FAVORISER

le développement d'un dialogue social de qualité

6 IDENTIFIER

les risques en santé/sécurité et prendre des mesures de prévention

7 INVESTIR

dans les compétences des salariés, élément clé de compétitivité et de sécurisation des parcours professionnels

8 S'IMPLIQUER

pour améliorer la connaissance et l'attractivité du métier et pour former des professionnels qualifiés

9 RÉDUIRE

l'impact environnemental de la production et des matières premières et agir pour la biodiversité du territoire

10 MESURER

et réduire les émissions de gaz à effet de serre

11 ORGANISER

un système de protection des données

12 PROMOUVOIR

la RSE chez les fournisseurs et sous-traitants et intégrer les principes de loyauté des pratiques commerciales



La RSE comme boussole de modernisation



Marie Delaroche - Durand Imprimeurs

Créée en 1832, l'entreprise Durand Imprimeurs, entre offset et étiquettes, franchit une nouvelle étape : celle de l'engagement durable. Rencontre avec Marie Delaroche, responsable administrative et financière, qui nous explique comment le label Print Ethic a ancré la RSE dans l'entreprise.

Pouvez-vous nous présenter Durand Imprimeurs et votre rôle au sein de l'entreprise ?

Marie Delaroche : Nous sommes une imprimerie historique, basée à Fécamp, avec une activité répartie à parts égales entre l'impression feuilles offset/numérique et l'étiquette adhésive. Je suis arrivée en septembre 2022, au moment où l'entreprise souhaitait passer d'une RSE "naturelle" mais informelle à un engagement concret et structuré. Mon rôle a été de prendre en main ce projet de labellisation pour en faire un véritable fil conducteur, touchant aussi bien au social qu'aux relations avec nos partenaires extérieurs.

Comment avez-vous découvert Ambition Graphique et pourquoi avoir choisi Print Ethic ?

M.D. : Nous avons connu le label grâce à ImpriFrance. Mathieu Devigne, notre conseiller développement, a constitué un réel soutien dans notre parcours. Il nous a mis en relation avec des interlocuteurs précieux, comme Evelyne Bouteneigre. Leur accompagnement a contribué à la réussite de notre niveau 1.

Au début, la démarche peut impressionner : c'est un engagement sur 12 ans avec des étapes précises. Mais ce qui m'a convaincue, c'est le côté très cadré. Pour une personne qui débute sur ces sujets, avoir un référentiel clair permet de ne pas se disperser. C'est un guide qui nous aide à respecter nos obligations tout en anticipant les futures réglementations.

Quelles ont été les étapes clés de votre labellisation au Niveau 1 ?

M.D. : Le parcours est jalonné de rencontres, physiques et en visioconférence, notamment avec Valérie Bobin d'Ambition Graphique et Sandra Forget. Nous avons des outils à disposition et nous bénéficions de webinaires animés notamment par Louise Browaeys, qui permettent de s'enrichir de nouvelles connaissances et de partager les expériences. Le soutien et l'implication de notre dirigeant ont aussi été essentiels pour faire avancer la démarche.

L'étape la plus marquante reste la création de notre comité RSE, composé de 8 collaborateurs issus de différents services (atelier et bureaux). C'est une vraie réussite : cela a fait évoluer la vision des équipes et l'adhésion est réelle.

Vous utilisez également la plateforme "La Ligne Continue". Quel est l'accueil en interne ?

M.D. : Je pousse systématiquement les nouveaux arrivants à suivre les modules. Même pour une secrétaire commerciale, comprendre les bases techniques de l'offset ou de la sécurité via des formats immersifs de 45 minutes, c'est très précieux. Cela valorise le collaborateur et renforce la culture d'entreprise.

Comment valorisez-vous ce label auprès de vos clients aujourd'hui ?

M.D. : La demande est croissante. Nos clients et fournisseurs nous demandent de prouver notre engagement. Même si Print Ethic n'est pas encore universellement connu du grand public, l'expliquer crédibilise immédiatement notre démarche. C'est un gage de sérieux.

La réunion annuelle de Print Ethic

Le 4 novembre 2025, la communauté des entreprises labellisées Print Ethic s'est réunie à La Bellevilloise (Paris 20e) pour sa réunion annuelle. L'événement a rassemblé 80 participants issus des entreprises engagées dans la démarche.

Après une présentation des indicateurs et actions du label en 2025, dix entreprises ont pris la parole à tour de rôle partageant avec le groupe une initiative RSE mise en place au sein de leur structure et ses retombées positives. Des retours d'expériences très précieux qui donnent des idées concrètes et des bonnes pratiques nécessaires.

Hugo Sialelli, dirigeant de la brasserie Pietra et invité d'exception de cette réunion annuelle, a ensuite abordé les enjeux de la Convention des Entreprises pour le Climat (CEC). Son témoignage a mis en lumière les défis opérationnels rencontrés, démontrant que la ténacité et l'ingéniosité collective permettent de résoudre des problématiques de transition complexes.

Une série d'ateliers collaboratifs a permis d'approfondir les connaissances des participants autour de thématiques précises : Fresque du Climat, Fresque de l'Économie Circulaire, Fresque de la Diversité, Atelier sur les Limites Planétaires.



2026, consolider l'impact du label

L'enjeu est de transformer la démarche RSE des entreprises engagées dans Print Ethic en levier de performance opérationnelle, à travers plusieurs axes de développement :

- L'évolution de la formation initiale des référents RSE et la refonte du parcours, avec un focus spécifique sur la mobilisation des salariés
- Le déploiement d'une stratégie de communication, embarquant les entreprises labellisées comme ambassadrices et les outillant efficacement
- Le développement de plateformes de pilotage pour faciliter la mise en commun des indicateurs RSE et le suivi des actions
- Le renforcement des échanges avec les réseaux d'imprimeurs
- L'accompagnement de la branche sur des thématiques RSE : veille réglementaire, formation interne, processus de production, organisation et management, qualité de vie au travail, santé et sécurité, pilotage des normes, diagnostic environnement, éco-conception...



COMMUNICATION

UNE IMAGE QUI S'INSTALLE

L'exercice 2025 marque un tournant dans la perception d'Ambition Graphique. L'objectif était clair : sortir d'une image institutionnelle parfois perçue comme austère pour devenir une marque visible, attractive et résolument tournée vers l'avenir. La stratégie, accompagnée par l'agence Fondamenti, s'est déployée à travers une identité visuelle repensée et une présence multicanale.

● La direction artistique

La transformation la plus immédiate est chromatique et structurelle. En lieu et place des aplats noirs profonds et des scénographies de stands plutôt tranchées, l'année 2025 a fait entrer la lumière. La nouvelle direction artistique privilégie désormais des supports aérés, blancs et lumineux.

Cette évolution s'incarne à travers notre figure iconique : Gutenberg. Véritable trait d'union entre tradition et futurisme, notre égérie a opéré sa propre mue. D'abord représenté barbu et équipé d'un casque VR, il a progressivement rajeuni au fil des mois.

Son esthétique s'est digitalisée, intégrant des jeux de pixellisation qui illustrent les enjeux de la branche : une transformation numérique réussie qui n'oublie pas ses racines historiques. Cette métamorphose a trouvé sa concrétisation finale lors de la conférence du 5 décembre, où Gutenberg est apparu comme le visage d'une branche moderne, qui « voit plus loin » comme le revendiquait la baseline de l'événement.

Celui-ci, articulé autour du concept de l'abécédaire, a bénéficié d'un habillage immersif (écrans géants, signalétique) et de la création d'un jeu de cartes pédagogiques, matérialisant le caractère innovant de la branche.

Pour porter le récit d'Ambition Graphique, le choix a été fait de puiser dans l'ADN même de notre métier. En 1450, Gutenberg inventait les caractères mobiles, rendant le savoir modulaire et universel. L'ABCD'ère d'Ambition Graphique réinterprète cet héritage.

Chaque lettre est une pièce d'un puzzle dynamique. Isolées, elles sont des expertises ; assemblées, elles forment une stratégie de branche. Utiliser le langage universel des lettres permet de créer un pont entre la tradition technique et les codes du XXI^e siècle (motion design, scénographie interactive, réseaux sociaux).

Loin d'être conçu comme un décor d'un jour, le concept de l'abécédaire s'articule en trois temps sur les années 2025 et 2026 : un teasing pour mobiliser, une expérience immersive pendant l'événement, et une capitalisation éditoriale sur 12 mois pour installer durablement la parole d'Ambition Graphique.

Le déploiement stratégique en 2025

L'année a été ponctuée par une série de campagnes ciblées visant à ancrer la notoriété de l'association et la pertinence de ses services :

- Des campagnes d'affichage et des insertions publicitaires déployées tout au long de l'année pour installer la marque Ambition Graphique dans le paysage médiatique professionnel
- Un stand multipartenaire au salon C!Print en février 2025, avec un dispositif de communication complet pour promouvoir l'association (publicité dans la presse professionnelle, publications sur les réseaux sociaux, scénographie, vidéo...)
- Une communication pédagogique autour de l'opération de collecte, pour transformer l'obligation de contribution en un investissement conscient pour l'avenir de la branche
- Une campagne spécifique pour le concours Meilleur Ouvrier de France conçue pour encourager et accompagner les entreprises dans l'inscription de leurs talents, valorisant ainsi l'excellence technique du secteur
- Un plan de communication déployé pour soutenir l'écosystème digital learning, avec un nouveau support imprimé explicitant l'onboarding sur LaLigneContinue®, ainsi que des actions digitales articulées autour de vidéos et de visuels adressant les salariés de la branche



ÉQUIPE

AMBITION GRAPHIQUE⁵



Bernard TRICHOT

Directeur

b.trichot@ambitiongraphique.fr



Valérie BOBIN

Responsable RSE sectorielle

v.bobin@ambitiongraphique.fr



Sylvie SORIANO

Responsable Digital Learning

s.soriano@ambitiongraphique.fr



Florence BERTHELO

Assistante administrative et projets

f.berthelo@ambitiongraphique.fr



Dominique FRANÇOIS⁶

Chargée de communication



Mathilde CONGIU

Responsable comptable
(prestation de services Cabinet
Pasquinelli)

m.congiu@ambitiongraphique.fr



Éric ANÉLOT

Conseiller développement
Centre-Val de Loire,
Pays de la Loire, Bretagne

e.anelot@ambitiongraphique.fr



Mariska BAUZON

Conseillère développement
Île-de-France, Antilles, Guyane

m.bauzon@ambitiongraphique.fr



Ghislain BERNARD

Conseiller développement
Nouvelle-Aquitaine, Occitanie

g.bernard@ambitiongraphique.fr



Mathieu DEVIGNE

Conseiller développement
Hauts-de-France, Normandie

m.devigne@ambitiongraphique.fr



Matthieu LE GALL

Conseiller développement
Auvergne-Rhône-Alpes,
Provence-Alpes-Côte d'Azur, Corse

m.legall@ambitiongraphique.fr



Massar N'DIAYE

Conseiller développement
Bourgogne-Franche-Comté,
Grand Est, La Réunion

m.ndiaye@ambitiongraphique.fr

⁵ Composition de l'équipe au 31/12/2025

⁶ Départ en retraite fin 2025

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION⁷



BUREAU EXÉCUTIF

Président : René ANÉLOT (UNIIC)

1^{ère} Vice-présidente : Nathalie JAMMES (SCOP Communication)

2^{ème} Vice-président : David LETAILLEUR (F3C CFDT)

Trésorier : Éric MARTIN (FILPAC CGT)

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Collège salariés

FILPAC CGT

Éric MARTIN (titulaire)

Mario CIONA (suppléant)

F3C CFDT

David LETAILLEUR (titulaire)

Frédéric PALESTINO (suppléant)

FO Livre

Walter Da ROCHA (titulaire)

Patrice SACQUÉPÉE (suppléant)

CFTC Communication

Alain MARTZ (titulaire)

CFE CGC IP

Philippe DERKAOUI (titulaire)

Collège employeurs

UNIIC

René ANÉLOT (titulaire)

Philippe BOSSEBOEUF (suppléant)

GMI

Stéphanie BRUSA (titulaire)

Gilles MURE-RAVAUD (suppléant)

SCOP Communication

Nathalie JAMMES (titulaire)

Soisig LARVOR (suppléante)

CSNRBD

Claude BARRIER (titulaire)

CSNP

Pascal BOVÉRO (titulaire)

Michel LELOUS (suppléant)

⁷ Composition du Conseil d'administration au 31/12/2025

IMPRIMONS L'AVENIR ENSEMBLE



2025

Siège social :

11 bd Brune, 75014 Paris

Rapport d'activité 2025 - juin 2026

Directeur de la publication : René ANÉLOT

Rédacteur en chef : Bernard TRICHOT

Conception : Fondamenti