



UFIPA

ENTRETIEN AVEC LE NOUVEAU PRÉSIDENT, LAURENT PROY

Laurent Proy, directeur général de la coopérative Alkor, est le nouveau président de l'UFIPA pour les trois prochaines années. **Quelles sont ses priorités ?** Quel rôle souhaite-t-il faire jouer à l'union de la filière ? Interview.

PNP : Une simple question pour commencer, pourquoi avez-vous postulé à ce poste ?

LAURENT PROY : Avant de vous répondre, permettez-moi de faire un petit retour en arrière. Je suis arrivé dans la profession en 2006 pour occuper le poste de directeur général d'Alkor. Auparavant, je travaillais dans l'industrie. Rappelons qu'Alkor est une coopérative où l'humain est prépondérant. De plus, nos réseaux interviennent sur l'ensemble du territoire aussi bien en B to B, bureau et scolaire qu'en retail. Aussi, ma sensibilité et ma connaissance des enjeux du commerce associé peuvent être utiles pour faire avancer les dossiers de l'UFIPA en concert avec les différents acteurs sur notre marché. N'oublions pas aussi que l'UFIPA rassemble à la fois des fournisseurs et des distributeurs, de la petite entreprise aux grands groupes qui ont pour objectif commun de promouvoir et de défendre les intérêts de la filière papetière. Sauf erreur, je crois que c'est la première fois qu'Alkor occupe cette présidence...

Avant d'aborder vos priorités, comment jugez-vous la situation actuelle ?

Elle est véritablement inédite ! Cette crise d'importance qui perturbe avec cette deuxième vague amènera des changements, notamment dans les parcours d'achats et les besoins de consommation, etc. Néanmoins, même s'il est difficile de prévoir ce que l'avenir nous réserve, pour autant, nous devons être des acteurs constructifs sur nos marchés. Nous venons de passer un nouveau cap à l'époque des transformations. Le numérique, les précautions sanitaires, l'hybridation du travail et la transition énergétique bouleversent nos schémas traditionnels. Et nous n'avons pas encore évalué ces nouveaux comportements à leur juste valeur. Force est de constater que ces changements vont encore s'accélérer. Depuis le premier semestre, nous avons assisté à un transfert des achats des professionnels, de la fourniture de bureau vers les articles de protection et de prévention liés à la Covid-19. Des coûts consacrés à l'hygiène et à la sécurité supplémentaires pour les entreprises, les commerces et les établissements publics et scolaires. De surcroît, le respect des mesures barrières diminue les capacités de production, ou d'accueil dans certaines activités. À terme, quels seront les niveaux de répercussion sur les budgets d'achats des services généraux ?

Nos interrogations sont nombreuses et la période à venir va être compliquée à gérer avec un coup de frein à la consommation. Je n'ai pas de religion toute faite, mais à dire d'experts, les procédures collectives et les cessations de paiement vont s'intensifier. Bon nombre d'entreprises vont devoir rembourser leur PGE au second semestre 2021 ou le convertir en prêt sur six ans, mais en tout cas, ce sera des dettes financières au bilan sans retour sur investissement. Pour autant, l'évolution de la pandémie va encore impacter des secteurs d'activité sans visibilité et imposer une nouvelle normalité ; on pense tout naturellement au... tourisme, à la restauration, à l'hôtellerie, à l'événementiel. Parallèlement, le télétravail se réduit, mais va perdurer dans les zones urbaines concentrées. D'ailleurs, on assiste déjà à une hybridation en temps partagé entre présentiel et distanciel. La question de l'emploi des jeunes est toujours d'actualité malheureusement, tout comme la hausse du chômage. Nous attendons beaucoup du plan de relance de l'État avec ses différentes composantes. 100 milliards d'euros dont un quart pour les petites et moyennes entreprises. Ce plan pourra-t-il permettre de relancer l'économie du pays durablement avec confiance ? Concrètement, notre profession n'est pas épargnée et devra donc s'adapter. L'assemblée générale de l'UFIPA a eu lieu à huis clos avec des interventions par visioconférence, comme dans bon nombre de sociétés. C'est une preuve que le monde change inexorablement.

Justement, quelles actions comptez-vous mener durant votre présidence ?

Lors de notre AG, Christophe Le Boulicaut a fait le bilan de l'année écoulée. De nombreux chantiers et outils ont déjà été lancés, un nouveau logo pour revaloriser l'image de notre filière, un nouveau site Internet en cours de finition plus ergonomique, le développement des études de marché, PBS la plate-forme d'échange de données et la promotion de la filière. C'est très positif et nous pouvons remercier très chaleureusement notre président Christophe Le Boulicaut d'avoir su maintenir le cap et de nous insuffler l'énergie nécessaire en cette période compliquée, ainsi que Laurence Lombardi qui reste vigilante et œuvre au quotidien pour faire avancer nos différents dossiers. Les petits-déjeuners de l'UFIPA ●●●

« IL EXISTE UN ENJEU DE COMMUNICATION TRÈS FORT POUR NOTRE PROFESSION. »

14

ANS C'EST EN 2006

que Laurent Proy est arrivé chez Alkor au poste de directeur général



Le prochain congrès UFIPA se tiendra les 3 et 4 juin dans les salons de l'hôtel Beachcomber de Biot dans les Alpes-Maritimes...

**« NOUS POUVONS
REMERCIER TRÈS
CHALEUREUSEMENT
NOTRE PRÉSIDENT
CHRISTOPHE
LE BOULICAUT
D'AVOIR SU
MAINTENIR
LE CAP. »**

●●● vont continuer. Bien sûr, à court terme, nous aviserons en fonction des mesures sanitaires. Les thèmes abordés seront liés à l'actualité et doivent nous permettre de prendre du recul quant au quotidien. Citons comme exemples les évolutions des comportements d'achats, les nouvelles attentes des salariés au travail, la responsabilité sociétale des entreprises, la prise de conscience écologique, etc. L'évolution de nos marchés est plus que jamais un enjeu primordial à partager au sein de notre filière. D'ailleurs, depuis un an GFK réalise un nouveau format de baromètre de conjoncture mensuel papeterie et office. Ce type d'analyse doit se développer sur des thématiques décidées en comité directeur. La transformation digitale est une nécessité pour améliorer notre compétitivité, notre réactivité immédiate, mais aussi pour enrichir nos bases de données, et donc mieux identifier les attentes de nos clients. L'UFIPA n'est pas en reste et le déploiement de PBS Network est en bonne voie. Cette plate-forme d'intermédiation entre fournisseurs et distributeurs contribuera au développement et au lien entre les acteurs de la profession. Je suis convaincu que nos entreprises mettront tout en œuvre pour que le projet réussisse! Accélérer la digitalisation, c'est améliorer nos performances et resserrer les liens avec nos partenaires, c'est aussi un ressort d'agilité pour rebondir. Dans nos travaux, avec nos moyens et notre volonté, nous pourrions aussi aborder les sujets liés à la transition énergétique, à la réduction de l'empreinte environnementale de nos activités, et à la démarche RSE de nos organisations. En d'autres termes, nous devons être sensibilisés, et participer activement au développement durable au profit des générations futures?

En ce qui concerne la communication de l'UFIPA...

Il existe en effet un enjeu de communication très fort sur tous ces sujets pour la profession. Comment renforcer la communication et la promotion de notre filière? Nous devons sensibiliser nos consommateurs au travers de publications d'études comme cela a été le cas pour les atouts de l'écriture manuscrite réalisée par OpinionWay. Par ailleurs, le congrès de l'UFIPA est aussi un rendez-vous des plus importants pour la filière. Lors de l'assemblée générale du 15 septembre, nous avons annoncé que l'AG 2021 se déroulerait les 3 et 4 juin dans les salons de l'hôtel Beachcomber de Biot dans les Alpes-Maritimes, sauf nouvelle situation pandémique! Le schéma d'organisation, très apprécié par les adhérents, sera similaire aux années précédentes, à savoir sur deux jours intégrant les AG statutaires, des moments de rencontre et deux interventions, l'une liée à la profession, l'autre à l'univers sociétal ou à l'actualité.

Dernier point : êtes-vous prêt à ouvrir l'UFIPA à de nouveaux adhérents ; la GSA ?

L'union fait la force et regrouper le plus d'acteurs possible est une évidence. Cependant, l'UFIPA se doit de rester dans son cœur de métier qui d'ailleurs est statutaire, c'est-à-dire « la filière papetière étendue aux métiers annexes et connexes ». Quant à l'adhésion d'acteurs de la GSA : la question peut se poser. Mais sont-ils intéressés par notre structure? Je ne suis pas convaincu que ce soit dans leur mode opératoire, d'autant plus que la papeterie est saisonnière et minoritaire dans l'ensemble de leurs activités... Si l'occasion se présente, la question sera débattue en comité directeur. ●

PROPOS RECUEILLIS PAR FRÉDÉRIC LEROI