

L'Essentiel

NUMÉRO 21 - JUILLET 2020  fipec

SPÉCIAL COVID-19

Gestion de crise : le cas d'école des industries de la FIPEC

3 questions à
Guillaume Kasbarian
Député LREM

Emballages
Sans contenant, pas de
contenu...

Marque employeur
A l'épreuve de la crise
sanitaire



Le sentiment de fierté s'est imposé en réalisant ce numéro de L'Essentiel qui analyse la gestion de la crise dans les secteurs de la chimie de formulation que nous représentons.

Les industriels ont participé à l'effort national, les salariés ont concrétisé cette volonté d'agir et de servir. La filière industrielle a montré sa dimension communautaire, solidaire, et la

puissance de résonnance de sa voix unifiée. Les élus et permanents des organisations professionnelles, dont ceux de la FIPeC, ont, aux yeux des adhérents, rempli leur rôle d'accompagnateur et de facilitateur.

Au bilan, l'industrie a réhabilité son image auprès de l'opinion publique qui a pris conscience de sa fonction essentielle.

Les enseignements de l'analyse post-crise font comprendre la solidité et les forces motrices des industries des peintures, encres, colles, couleurs et produits pour la préservation du bois. Leur capacité à les exploiter et l'expérience acquise les ont rendues plus agiles et prêtes à faire front à de nouvelles menaces. Les relais à activer, la force du collectif, la richesse des ressources humaines, l'adaptation de l'outil productif, sont les atouts identifiés.

Un cap est passé. L'activité a été maintenue, malgré des effectifs réduits. Toutes les forces vives, interprofessionnelles et interentreprises, ont été mobilisées et constantes dans l'effort.

Les décisions gouvernementales de soutien ont été salutaires et l'appui industriel, reconnu. Reste, là aussi, à garder la constance dans l'effort pour garantir une industrie performante au niveau national et mondial, en capacité de répondre aux enjeux sanitaires et environnementaux.

Ce numéro démontre parfaitement en quoi nos professions sont une réponse à ce défi de l'industrie compatible avec l'environnement, grâce notamment à une innovation qui lie inévitablement performance technique et environnementale. Dirigeants et collaborateurs, tous soutiennent une transition environnementale pérenne, dans un esprit de responsabilité qui ne s'accorde pas forcément avec une posture idéologique.

Ancrons la confiance retrouvée, établissons des objectifs tenables, soutenons l'innovation. C'est notre quête, appuyée par les liens consolidés entre filières, pour atteindre l'objectif commun de faire rayonner le made in France tout en préservant la santé et l'environnement de nos concitoyens.

Gilles Richard

Délégué Général de la FIPeC



Directeur de la publication

Gilles Richard

Reportages et rédaction

CommLC

Crédit photos et illustrations

Adobe Stock,
Foucha-Muyard, O.Gombert,
MAX SAUER SAS,
Shutterstock

Conception et réalisation graphique

Vincent Lecat

La FIPeC remercie les nombreuses personnes qui ont collaboré à ce numéro.

FIPEC

42, avenue Marceau
75008 Paris

Contact

Dominique Ayoul
Communication

Tél. : +33(1) 53 23 00 00

E-mail :

dominique.ayoul@fipec.org

www.fipec.org

@La_FIPEC



L'ESSENTIEL - N°21

JUILLET 2020

4 FAITS D'ACTU

FIPEC

Faits marquants



6 PLANÈTE INDUSTRIE

Emballages : sans contenant,
pas de contenu...

3 questions à Guillaume Kasbarian

Compétences : écoles de chimie



9 PAROLE D'EXPERT

Isabelle Napolitano :

La marque employeur à l'épreuve
de la crise sanitaire

10 À LA UNE

Dossier : Gestion de crise, le cas d'école
des industries de la FIPEC



16 TECHNIQUE & RÉGLEMENTAIRE

Loi anti-gaspillage pour une économie
circulaire

TiO₂, nouvel étiquetage en 2021

En bref : Biocides, GHA, SEIRICH

Performance : Normalisation,
certifications, labels, les atouts maîtres



20 ACTUALITÉS DES FILIÈRES

SIPEV

AFICAM

AFCALÉ



Dispositif d'information renforcé

Dans son rôle d'information, de relais entre les acteurs institutionnels, industriels et économiques, dans son rôle de facilitateur et de promoteur, la FIPEC a renforcé son dispositif de communication.

Auprès des adhérents, l'objectif est de faciliter l'accès à toute la ressource utile mise à disposition pour la gestion de leur activité.

Au-delà de l'extranet dédié, 3 newsletters apportent un contenu mensuel ciblé : la Technique, la Sociale et la DG qui synthétise l'actualité. Pendant la période de crise, des notes hebdomadaires ont complété le dispositif.

Auprès des partenaires filières, institutionnels et politiques, l'objectif est de donner plus de visibilité aux industries de la chimie de formulation, leur utilité et leurs valeurs ajoutées.

La communication extérieure est portée par le magazine L'Essentiel qui alterne, dorénavant, édition numérique et imprimée pour traiter de l'actualité et de sujets de fond. Le portefeuille digital s'étoffe avec la refonte en cours du site Internet et l'animation régulière des médias sociaux, en particulier Twitter et LinkedIn.

Auprès d'une cible plus large touchant les jeunes, les professionnels de l'enseignement, de la formation et de l'orientation, l'objectif est de faire valoir l'attractivité et les débouchés des métiers.

Les outils exploités sont essentiellement les sites métiers du SIPEV, l'un dédié aux parcours professionnels, l'autre au secteur de la réparation carrosserie. Pour aller plus loin, le magazine L'Essentiel se dote d'un nouvel Hors-Série consacré aux ressources humaines.



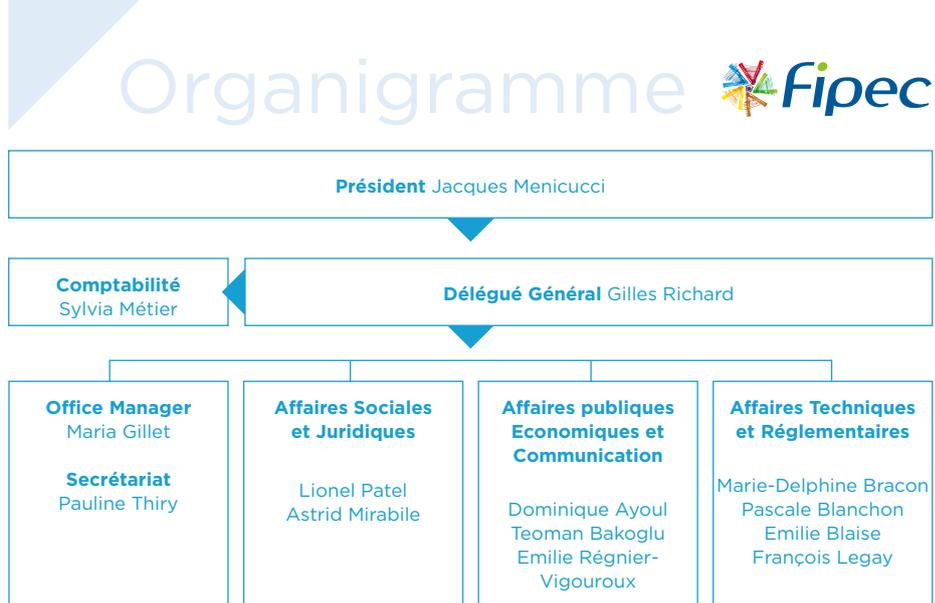
JOURNÉE FIPEC : 18 septembre au Pré Catelan

Cette année, la JOURNÉE FIPEC a lieu le 18 septembre, au lieu du 11 juin. Elle perpétue ses grands rendez-vous avec l'assemblée générale de la fédération, celle de la plupart de ses syndicats et la table ronde, animée par le journaliste Thierry Guerrier. En présence des adhérents des 5 syndicats de la FIPEC, des permanents, leurs partenaires et invités des filières professionnelles, des ministères, associations nationales, européennes et internationales, elle viendra nourrir les réflexions sur des sujets stratégiques pour les industries.

Actuellement, alors que de nombreuses voix appellent simultanément à une réindustrialisation du pays et à une consommation plus mesurée, quelles sont les orientations réellement possibles et à quel prix ? Après l'intervention de Philippe Dessertine sur la reprise économique post-crise Covid-19, économiste, universitaire, représentant des pouvoirs publics, industriel, seront autour de la table ronde pour débattre sur le thème « Relancer l'industrie en France : concilier l'inconciliable ? »... Où trouver le juste équilibre aujourd'hui, avec la dépense publique et l'investissement privé, sans hypothéquer l'avenir ? Ils n'apporteront pas seulement une vision sur le monde industriel d'après. Leurs échanges préfigureront ce qui sera mené demain, pour relancer l'activité dès maintenant et sur les 10 prochaines années.

L'équipe FIPEC au complet

Ces derniers mois, l'évolution des parcours professionnels a amené des changements d'interlocuteurs parmi les permanents de la FIPEC. Au grand complet, l'équipe présente son organigramme et rappelle ses missions à travers l'organisation de ses services.



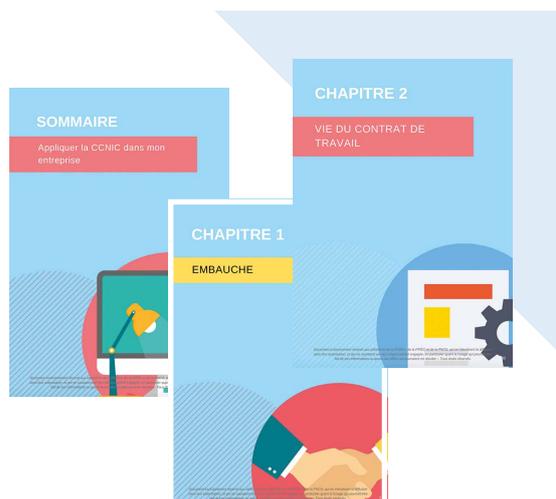


Thierry Jeannette, nouveau Président de la Commission Environnement

Après avoir été Président de la Commission Nano pendant quelques années, Thierry Jeannette, actuellement Directeur Marketing Peintures et Innovation au sein du Groupe Cromology, succède à Gérard Chevillard à la Présidence de la Commission Environnement de la FIPEC. Cet ingénieur chimiste de formation travaille depuis 30 ans auprès des fabricants de peintures et de matières premières.

« Dans ces temps de forte évolution de la législation environnementale et de volonté pressante d'accélérer la transition écologique, la Commission a une fonction essentielle dans l'accompagnement de nos industries. Notre objectif est de pouvoir anticiper les impacts potentiels sur nos activités, défendre les intérêts collectifs auprès des autorités, faciliter les mises en œuvre et porter l'image d'une industrie responsable », **Thierry Jeannette**.

En bref



Publication d'un Guide Pratique dédié à la filière parachimie

Parue en septembre 2019, la 1^{ère} édition du Guide Pratique de parachimie a été initiée et rédigée par les experts du département social de la FIPEC, la FNCG (Fédération Nationale des Industries des Corps Gras) et la FEBEA (Fédération des Entreprises de la Beauté). Une initiative inédite pour la filière !

« Défendre les intérêts des adhérents et mettre à disposition des outils facilitant la gestion de la vie quotidienne des collaborateurs font partie des missions de notre Fédération », **Lionel Patel**, Responsable Affaires Sociales de la FIPEC.



TiO₂ : le bon sens l'a emporté !

Le dioxyde de titane (TiO₂) est désormais classé en catégorie 2* au sens du règlement CLP, sous forme de poudre uniquement. Cette décision écarte toute classification des peintures, encres, colles et revêtements, sous forme liquide ou visqueuse, qui, par nature, ne peut exposer le consommateur à l'inhalation de poussières de dioxyde de titane.

La publication officielle au JO européen prévoit une mise en application d'ici octobre 2021 dans les pays membres. Les recommandations d'étiquetage qui en découlent sont suivies de près en France et en Europe. Pour les dispositions des mélanges liquides et la rédaction des FDS, un groupe de travail s'est constitué au sein de CEPE avec la participation de la FIPEC.

*Le règlement CLP définit différents niveaux de catégories de risques CMR (1A, 1B, 2).

3

QUESTIONS À

Fipéc Spécial Covid-19



Député LREM de la 1^{ère} circonscription de l'Eure-et-Loir, Guillaume Kasbarian est également membre de la commission des affaires économiques de L'Assemblée nationale. Il a été nommé rapporteur de la loi sur les dispositions d'urgence pour faire face aux conséquences de l'épidémie. L'objectif est d'apporter aux concitoyens des outils juridiques concrets pour affronter la sortie de crise.

En tant que Président de la Commission Affaires Publiques de la FIPEC et pour L'Essentiel, Guillaume Frémaux s'est entretenu avec lui pour connaître sa position quant à la politique industrielle à mener.

Considérez-vous que l'industrie a été à la hauteur dans la gestion de cette crise ?

L'industrie a démontré une capacité évidente de mobilisation. Il y a clairement eu une volonté de servir et de rebondir pour réorienter vers une production de gel hydroalcoolique, de masques, etc. Il faut reconnaître aux entreprises industrielles leur agilité et leur succès dans leur montée en puissance.

Cela dit, j'ai le sentiment que l'industrie française s'est aussi arrêtée plus vite que chez nos voisins et la lenteur de la reprise est préoccupante. Il faut en comprendre les raisons pour pouvoir adapter nos dispositifs de soutien. Ceux-ci se sont avérés très efficaces mais ne doivent pas ralentir la sortie de crise.

Quels enseignements tirez-vous de la crise sur la place de l'État dans l'économie ?

L'État, mais également les collectivités locales, sont un rouage essentiel de la reprise, par la commande publique et par le rôle de facilitateur avec les acteurs économiques : accès au prêt, simplification administrative, divers mécanismes d'aide directe par la BPI, etc. Des mesures fortes ont été prises et il faut continuer en ce sens.

Au moment où cette interview est réalisée [NDLR : 25/05/2020], un Français sur deux est rémunéré par l'État avec le mécanisme de chômage partiel. Malgré l'ampleur de ces mesures de soutien, les temps à venir seront difficiles dans certains secteurs. Les Français le savent bien. Les effets de la fameuse « décroissance », dont certains idéologues théorisent les vertus, ne seront pas minces. Certaines entreprises font face à un effondrement de leurs commandes. L'État ne pourra pas compenser cette chute en achetant les voitures que les consommateurs de la planète ne commandent plus ou les avions que les compagnies aériennes du monde entier n'achètent plus.

L'enjeu des mois à venir, c'est d'accélérer les relocalisations. Notre pays dispose d'un tissu

« L'industrie a démontré une capacité évidente de mobilisation »

industriel robuste, d'une « marque France » forte, d'un savoir-faire exceptionnel avec des salariés hautement qualifiés. Mais les lignes de production ne se relocaliseront pas sur de l'incantation politique. Il faut avancer rapidement sur la simplification pour faciliter les relocalisations : c'est le sens du projet de loi ASAP (accélération et simplification de l'action publique), qui porte les mesures que j'avais préconisées pour simplifier et accélérer les installations industrielles. Nous devons aussi améliorer notre compétitivité, notamment sur la fiscalité de production, en apportant des réponses à toutes les parties prenantes en jeu, collectivités locales incluses.

Comment voyez-vous la suite, en particulier au niveau politique ?

Ce ne sont pas les incantations des anti-libéraux, pseudo protectionnistes ou faussement souverainistes, qui permettront une reprise économique durable. Je crois que notre souveraineté dans les secteurs stratégiques doit se construire sur nos atouts réels, notre compétitivité, nos compétences et notre « marque France » reconnue dans le monde. Ce n'est pas la mélodie hypnotique de la décroissance heureuse, de l'écologie punitive faite de taxes et d'interdits, qui préservera notre tissu productif et nos emplois tout en accélérant la transition écologique. Je pense que le « green deal » d'avenir passera, par exemple, par un soutien d'ampleur aux initiatives industrielles vertueuses sur le plan environnemental, l'incitation à l'investissement rentable dans des technologies moins polluantes, la formation dans les nouveaux métiers de l'économie circulaire et décarbonée.

Sans contenant, pas de contenu... la chimie de formulation, maillon industriel indispensable

Comment les fabricants d'encre, de colles, de vernis, se sont-ils retrouvés en première ligne de la gestion de la crise sanitaire ? Simplement parce que sans contenant, pas de contenu...

En début de confinement, le gouvernement s'apprêtait à dresser une liste des activités à maintenir, jugées indispensables à la gestion de la crise sanitaire, mais sans tenir compte de l'interdépendance industrielle. L'action de France Industrie, en coordination avec les organisations professionnelles, a évité cet écueil en faisant valoir un effet papillon paralysant.

Au cœur de ce paradoxe, les colles, encres et vernis ont révélé leur fonction indispensable. Sans eux, comment assembler des produits finis de première nécessité ou des équipements médicaux ? Comment imprimer les emballages ?

« Lorsque vous n'avez plus d'usine d'emballages, vous vous retrouvez dans une situation où vous ne pouvez plus préparer la façon dont l'agroalimentaire, les masques ou les médicaments sont distribués. Et donc, vous vous retrouvez dans une situation matérielle extrêmement dangereuse », **Edouard Philippe** (Questions au gouvernement du 19/03/20). Le 23 mars, Bruno Lemaire a, quant à lui, adressé un courrier d'encouragement du gouvernement aux salariés des industries de la filière « chimie et matériaux », dont fait partie la FIPEC, reconnue comme un maillon essentiel de la chaîne d'approvisionnement des produits vitaux.

L'emballage de la crise pour le conditionnement

L'emballage plastique a été l'un des premiers secteurs à voir apparaître des signes annonciateurs très forts de risques de pénurie. Dès janvier, la demande en bidons pour conditionner le gel hydroalcoolique, généralement vendu en petite quantité, a explosé. « Avec des pics de consommation inédits, +200 à 300%, de produits inhabituels, les fabricants d'emballages ont anticipé, conscientes d'être en première ligne. Malgré tout, les outils de production ont vite saturé », **Emmanuel Guichard**, Délégué Général d'Elipso.



**Emmanuel
GUICHARD**

La demande exponentielle et subite de produits sanitaires a été un effet direct de la crise. L'effet indirect est venu du confinement qui a transformé les habitudes de consommation.

La fermeture de la restauration extérieure ou collective et parallèlement la hausse de la restauration à domicile ont totalement modifié les besoins en emballage.

« La consommation à la veille de l'annonce du confinement a été historique. La peur de manquer de produits de première nécessité a

fait exploser les ventes. Ensuite, les 20 millions de travailleurs confinés, qui déjeunent en général à l'extérieur, se sont alimentés au supermarché. Les produits vendus en vrac ou conditionnés par 20 kilos pour la restauration professionnelle, devaient être emballés en portion de moins d'un kilo pour la grande distribution. Tous ces emballages ont dû être imprimés et impérativement étiquetés », **Emmanuel Guichard**.



« La demande d'emballage alimentaire a bondi de plus de 50% mais malgré un effectif réduit de 20 à 30%, les contraintes sanitaires, des difficultés d'approvisionnement sur certaines matières premières et une logistique tendue, la filière des encres a réussi à éviter la rupture », **Bruno Delanoë** (Siegwerk France SA), Président de l'AFEI.

Les changements de format et de destination ont généré le double problème de la fabrication et de l'étiquetage car pour les produits grand public, les obligations d'information sont plus étendues. Matières premières, supports, colles, encres, toute la chaîne de valeurs n'a pu fonctionner qu'en étant coordonnée et solidaire. Le rôle de courroie de transmission et de facilitateur des organisations professionnelles s'est avéré fondamental.

« L'économie physique a fait prendre conscience de sa fonction d'utilité »

Le schéma filière a fait son sillon

« En amont comme en aval de la filière, la crainte était l'arrêt d'activité. L'une des raisons, qui a fait naître un vent de panique, était la pénurie d'alcool éthylique, réservé à la production de gel mais nécessaire à la fabrication des encres. Associés à l'AFEI et à l'AFISE, nous avons fait l'interface avec le syndicat agricole pour qu'une partie de la production d'éthanol, habituellement destinée aux biocarburants, soit accessible pour pallier la pénurie et maintenir la production des encres. En débloquant certaines situations, en rassurant et grâce au travail de coordination interprofessionnel, la vague déferlante est passée sans incident majeur », **Emmanuel Guichard**. C'est dans l'adversité que nous découvrons les talents. La filière de l'emballage a révélé les siens et la fonction vitale de tous les maillons de sa chaîne de valeurs.

Les acteurs et observateurs du marché ont un constat post-crise unanime : la mobilisation des entreprises, qui ont opéré dans le partage, a fait la force de la filière.

« Dans le contexte de la loi sur l'économie circulaire, la coalition qui s'est formée autour de sujets d'intérêt général a clairement tracé le schéma filière. La crise sanitaire a montré sa solidité, son effet bénéfique sur la fluidité des échanges et la portée de ses actions. Nous avons aujourd'hui les cartes en main pour saisir l'opportunité d'ouvrir le dialogue sur des messages jusqu'ici inaudibles, alors que l'économie physique a fait prendre conscience de sa fonction d'utilité », **Emmanuel Guichard**.

COMPÉTENCES



OPCO2i
guide de la
Formation
Ouverte A
Distance

Déjà en plein essor avec l'évolution des nouvelles technologies, des outils de travail numériques, et renforcée avec l'épisode de la crise sanitaire qui a généralisé le télétravail, la Formation Ouverte A Distance (FOAD) s'impose. Elle devient une solution particulièrement adaptée aux besoins des entreprises et des salariés.

OPCO2i a publié un guide complet, téléchargeable sur son site, pour tout comprendre du dispositif et accompagner les entreprises dans sa mise en place.

En savoir plus : www.opco2i.fr



École de techniciens et ingénieurs en chimie de formulation à Lyon dans le Rhône



École Supérieure de Chimie Organique et Minérale à Compiègne dans l'Oise

LA FIPEC partenaire des écoles de chimie

La formation aux métiers de la chimie de formulation, activité industrielle technique et axée sur l'innovation, est fondamentale pour assurer la pérennité et le développement des entreprises adhérentes des syndicats de la FIPEC.

La démarche de la fédération est de rapprocher le monde du travail et de l'enseignement en veillant à faire coïncider l'offre et la demande de compétences. Gilles Richard, Délégué Général de la FIPEC, prend le relais de ses prédécesseurs en siégeant au conseil d'administration de l'ITECH et dorénavant à celui de l'ESCOM.

En savoir plus : www.itech.fr / www.escom.fr

L'ITECH forme à l'industrie 4.0

L'ITECH, institut spécialisé notamment dans les domaines de la chimie des peintures, encres et adhésifs, a créé trois nouveaux diplômes : Technicien supérieur pour l'industrie de formulation (Bac+3) ; Manager de process industriel innovant, industrie 4.0 (Bac+4) ; Formulation et mise en œuvre des composites (Bac+4). Ils seront disponibles à partir de la rentrée 2021.

Intégrés au programme Mastères Spécialisés créé par la Conférence des Grandes Écoles, les nouveaux diplômes Bac+4 s'inscrivent dans la stratégie d'innovation de l'ITECH. Ils préparent les futurs professionnels à appréhender les enjeux de la 4^e révolution industrielle et développent leurs capacités d'innovation.

En savoir plus : www.itech.fr



Isabelle
NAPOLITANO

Spécial Covid-19

La marque employeur à l'épreuve de la crise sanitaire

Fidéliser ses collaborateurs et attirer les meilleurs talents, tels sont les objectifs de la marque employeur. La période de confinement a distancié les collaborateurs, obligé à réorganiser le travail, bouleversé, ralenti ou arrêté l'activité. Elle a mis à l'épreuve employeurs et employés sur leur résilience, leur mobilisation, leur écoute et leur sincérité. Au final, elle a donné le baromètre du niveau de confiance respectif. L'impact sur l'image de l'entreprise n'est pas neutre, tout comme sur l'approche au travail et son organisation. Comment la marque employeur peut en sortir grandie ?

En février dernier, la FIPEC invitait **Isabelle Napolitano**, CEO founder de Techplace, société de conseil en management, pour partager ses convictions sur les enjeux de la marque employeur et les leviers à activer pour la développer.

Quelle est la valeur de marque employeur dans l'industrie ?

L'atout du secteur industriel est la capacité de fidélisation de ses collaborateurs. L'environnement, l'innovation font partie de ses valeurs porteuses. Beaucoup de belles histoires sont à raconter. Seulement, les industriels sont plutôt discrets et ne communiquent que trop peu en tant que marque employeur.

Quelles seraient les pistes à creuser ?

Valoriser les métiers, les parcours professionnels, est fondamental pour donner du sens, aider les futurs collaborateurs à se projeter dans le monde que l'entreprise leur ouvre, attirer par l'intérêt et la portée des projets. L'entreprise tire beaucoup de bénéfices à créer des liens avec les écoles et les centres de formation, théâtres des premières interactions avec le marché du travail et antichambres de l'orientation professionnelle.

La marque employeur est ensuite grandement cultivée par le manager. Recruter, gérer, fidéliser les talents, partager la culture de l'entreprise, accompagner, challenger... il est un acteur clé et donne le ton. Son rôle pivot et moteur a été déterminant pendant la crise.

Quelles méthodes de management ont fait leurs preuves ?

Dès le début et tout au long de la crise sanitaire, le manager est sur le pont pour gérer le confinement et le maintien d'une activité minimale mais aussi le déconfinement et le protocole sanitaire. Le manager en télétravail devient un super-manager. Il doit penser collectif, mobiliser ses équipes, être un bon communicant, dynamique, humble, empathique, rassurant. Il doit entretenir les liens à distance tout en générant une émotion positive.

Ceux qui ont passé le cap, et ils sont nombreux dans l'industrie, ont renforcé la cohésion d'équipe, le lien de confiance, réussi à mobiliser et fédérer. Les décisions et comportements en période de crise et post-crise sanitaire, avec une crise sociale et économique en ligne de mire, sont des facteurs d'influence sur la reprise et la dynamique de demain.

« L'atout du secteur industriel est la capacité de fidélisation de ses collaborateurs »

Partage d'expériences

La réalité du terrain semble donner raison à l'approche d'Isabelle Napolitano.

L'humain est la force de progrès

« Un manager qui a une équipe investie et motivée permet à l'entreprise de bien produire. Il crée la dynamique si l'intérêt de chacun est respecté. L'humain est une force de progrès qu'il faut entretenir et valoriser », **Jérôme des Buttes**, Directeur Division Construction Chemicals Soprema..

Donner de la visibilité, de la sécurité, faire appel au bon sens

« La leçon fondamentale de management en temps de crise est de donner de la visibilité, de la sécurité tout en responsabilisant et en faisant appel au bon sens. Si un changement doit s'opérer après la pandémie, c'est sans doute le rapport au travail, la gestion du risque et la prudence », **Ahmed Mastari**, PDG Groupe Beckers France.

Comment maintenir la cohésion d'équipe ?

« La politique du groupe a été rassurante car orientée sur l'anticipation. Durant la pandémie, nous avons renforcé notre communication interne. Nous avons rassuré, été transparents et bienveillants. Pour parer à l'isolement du travail à distance, nous avons renforcé l'utilisation de notre Intranet et mis en place un espace d'informations « 360° Corona » spécifiquement dédié à la gestion de la crise. Le board de notre groupe a aussi régulièrement communiqué avec l'ensemble des employés à travers le monde par le biais de messages vidéos. Les retours sont positifs et cette crise aura montré l'importance des outils de collaboration que nous continuerons de développer. Ils maintiennent le lien social et c'est primordial. Merci aux équipes d'avoir su se montrer volontaires et souples », **Stéphane Tavano**, DG Uzin Utz France.

L'humain est la force de progrès

« Malgré les distances et face à l'adversité, sous condition d'avoir maintenu un lien de dialogue et d'écoute continu, les équipes se sont resserrées et l'entreprise a révélé sa dimension communautaire », **Jacques Menicucci**, DG Délégué Allios.

GESTION DE CRISE

le cas d'école des industries de la FIPEC

Révélee comme étant la structure de l'économie, la crise a placé l'industrie au centre de la reprise. Intégrée à de nombreuses chaînes de valeurs industrielles, la chimie de formulation, qui fournit des produits semi-finis, est intrinsèquement liée à des secteurs divers et couvre tout le tissu économique. Industrie, artisanat, grand public, les spécificités et besoins de chaque marché génèrent des situations diamétralement opposées. Le cap de la pandémie est néanmoins passé sans rupture. Les valeurs de la filière mises en exergue sont l'agilité, la résilience des entreprises et la mobilisation des ressources humaines. L'accompagnement de la fédération et de la communauté industrielle, tout comme une projection permanente sur la reprise, se sont avérés essentiels.

Spécial Covid-19

1

VALEUR FILIÈRE Mobilisation et résilience

Tels ont été les mots d'ordre de la gestion de crise. L'industrie de la chimie de formulation s'est montrée à la hauteur du classement des industries chimiques et annexes, au 4^e rang des secteurs les plus résilients en France. Sa stratégie de crise a été de mobiliser ses capacités de production pour assurer la continuité des activités et faciliter la reprise, tout en assurant la sécurité des salariés. Elle a pu se déployer grâce à l'agilité et la flexibilité des salariés dans l'organisation du travail.*

Vu de l'opinion publique, les entreprises ont gagné des points sur leur image de marque. Selon IPSOS*, 69% des Français jugent les entreprises nationales efficaces pour lutter contre le virus. 55% ont apprécié l'effort collectif dont a fait preuve l'industrie.

Pour les secteurs des peintures, encres et colles, ces chiffres flatteurs ne sont pas usurpés car l'envers du décor a été porté à bout de bras par les forces vives coordonnées de la filière : entreprises, managers, salariés, institutions et fédérations.

En état d'urgence, les industries ont révélé leurs valeurs fortes. Leur premier réflexe a été de protéger la santé et le bien-être des salariés, fournisseurs et clients tout en maintenant l'activité et le niveau de service.

Tous les acteurs et observateurs sont unanimes pour saluer la résilience, la mobilisation

des hommes et des femmes, la solidarité interprofessionnelle, la capacité de réactivité et d'adaptation de l'outil productif. Et tous ont perçu l'importance du rôle social de l'entreprise. Cette constance s'est imposée en toutes circonstances, bien que très disparates. Rien que dans le secteur du bâtiment, entre les marchés grand public et professionnels, les situations et besoins étaient inverses, que ce soit pour les peintures ou les colles. Le constat était le même pour les encres selon le marché de destination.

Quand tout s'arrête net !

Les secteurs du bâtiment et du bricolage illustrent le phénomène de bipolarité de certains marchés auxquels les industriels des colles et des peintures ont dû faire face simultanément.

Fin mars, la situation du bâtiment était catastrophique avec 80% des entreprises à l'arrêt complet. La difficulté à mettre en place les mesures sanitaires a été la principale raison, tout comme celle de la lenteur de la reprise. Seules les sociétés concernées par les interventions d'urgence (3%) ont gardé une activité normale. Mi-mai, à peine 55% des chantiers étaient repartis, avec de fortes disparités régionales et un redémarrage plus lent pour les marchés publics. La distribution a suivi le marché mais en privilégiant le drive et les visites commerciales virtuelles.

« Les premières alertes de la crise venues d'Allemagne début mars nous ont permis d'anticiper l'organisation du télétravail et de mettre en conformité le matériel informatique. Parés à toute éventualité avant même le confinement, les salariés partaient tous les soirs avec leur ordinateur. Nous avons également gonflé les stocks en augmentant la production en début de crise pour répondre à la demande, aussi faible soit elle, poursuivre les livraisons et surtout, préparer la reprise », **Stéphane Tavano**, (Uzin Utz France), Administrateur AFICAM

« Tant que nous pouvions assurer sécurité et distanciation des salariés, l'activité devait continuer »

« La problématique pendant le confinement a été de faire face à l'arrêt brutal de la demande des professionnels du bâtiment, de répondre à l'explosion de la demande du grand public, d'organiser le travail dans l'intérêt des collaborateurs tout en veillant à maintenir un minimum d'activité. Le frein de la demande grand public a été immédiat dès le premier jour du confinement. Tout comme la reprise dès que les magasins de bricolage ont été accessibles.

Les premières 48h, 60 à 70% de la consommation mensuelle de produits ont été réalisés ! Comme la plupart de nos confrères, nous avons mis en place des livraisons en urgence et pu maintenir 50 à 60% de nos capacités de production. Il a fallu également très vite adapter le volume des conditionnements avec l'explosion des ventes en petites quantités (1 à 3 litres) », **Pascal Hoareau** (Onip), Président du SIPEV.

Faire face à une activité en dents de scie a demandé souplesse et réactivité. Ressources humaines et outils de production ont dû s'adapter à la demande, pratiquement au jour le jour. « Et ce n'est pas une sinécure car la filière des peintures décoration fait partie des chaînes de valeurs industrielles parmi les plus longues », **Jacques Menicucci** (Allios), Président de la FIPEC.



Stéphane
TAVANO

Administrateur de l'AFICAM ; DG Uzin Utz France (fabrication de systèmes de produits dédiés aux professionnels pour la pose, l'entretien et la dépose des revêtements de sol)



Ahmed
MASTARI

Président Commission ISI (Industrie Sûre et Innovante) FIPEC ; PDG Groupe Beckers France (fabrication peinture industrielle)



Jacques
MENICUCCI

Président de la FIPEC ; DG Délégué Allios (fabrication peinture bâtiment et industrie)



Bruno
DELANOÉ

Président de l'AFEI ; Directeur des Ventes Europe du Sud, Siegwark France (fabrication d'encre pour les emballages et l'édition)

Quand tout s'emballe !

Les encres, avec deux finalités principales, emballages et impression commerciale (communication, presse, livre), sont au cœur de cette problématique de marché à deux, voire trois vitesses. Pendant que l'emballage s'emballait, l'édition s'écroulait.

Le secteur de l'édition est en souffrance depuis longtemps avec une baisse annuelle moyenne de 5 à 10%. Avec la Covid-19 et l'absence de distribution, la chute, de 40 à 50%, a été vertigineuse. La demande s'est par ailleurs transformée pour se régionaliser et se concentrer sur des petits tirages et du feuille à feuille.

Dans l'emballage, l'exercice consistait à jongler avec le contraste, entre l'explosion des secteurs alimentaires et pharmaceutiques et l'effondrement de pans entiers de l'industrie, comme celui du jetable. Selon le positionnement des entreprises, l'impact de la crise a été plus ou moins violent et l'effet compensatoire d'un marché à l'autre, tout relatif et contré par l'explosion d'une demande inhabituelle, comme celle des repas à domicile qui a grimpé de 50%.

« Il a fallu augmenter la production de 30 à 40% avec un effectif réduit de 20 à 30%, gérer l'approvisionnement avec la rupture de certaines

« Il a fallu
augmenter la
production de 30
à 40% avec un
effectif réduit de
20 à 30% »

matières premières en tension ou exclusivement disponibles en Chine, et une flambée des prix parfois multipliés par 6. S'ajoute le transport, limité et saturé ou inabordable. Le travail de reformulation des produits et le soutien des partenaires institutionnels nous ont évité la rupture.

Nous allons sortir de cette crise renforcés et enrichis de belles histoires de mobilisation et de solidarité. Les applaudissements au corps médical peuvent aussi s'adresser aux salariés des industries qui se sont démenés pour répondre aux besoins. Nous nous en sommes sortis grâce à la ténacité des équipes d'achat, à la capacité d'adaptation des équipes techniques, aux efforts du personnel d'usine qui ont fait des prouesses », **Bruno Delanoé** (Siegwerk France SA), Président de l'AFEI.

Quand la crise sociale s'ajoute à la crise sanitaire

Dans le domaine de la peinture industrielle, le Groupe Beckers France a senti les signes d'un bouleversement dès fin février. Une cellule de crise a aussitôt été constituée pour évaluer le problème sanitaire et les risques pour le personnel. Avant même l'annonce du confinement, le télétravail a été mis en place pour 50% des effectifs, soit 200 personnes sur 400 et ce jusqu'à fin août. Travailler par anticipation plutôt que par réaction a limité l'effet d'urgence et contribué à maîtriser l'organisation du travail. Amener de la stabilité a surtout pallié le manque de visibilité sur les décisions gouvernementales qui remplit d'incertitudes la gestion quotidienne et peut être anxiogène.

« Notre priorité a été d'éviter la propagation du virus parmi les collaborateurs et leurs foyers, d'initier au télétravail des personnes qui n'y étaient pas habituées, de monter un dispositif

« Les
applaudissements
au corps médical
peuvent aussi
s'adresser aux
salariés des
industries »

pour garder le fil. Cette structure mise en place a apporté stabilité et sérénité dans notre fonctionnement tout en nous maintenant prêts à toute éventualité. Mais sur un site de production tout ne peut se faire à distance et le maintien de l'activité était primordial. D'abord pour ne pas prendre le risque de mettre nos clients en difficulté. Ensuite parce qu'un redémarrage est plus difficile après un arrêt total. Si la sortie de crise est attendue, le retour est redouté... », **Ahmed Mastari**, (Groupe Beckers France), Président Commission ISI de la FIPEC..

En réussissant à maintenir 70% de ses capacités de production, le Groupe Beckers France a tenu le coup et a limité la casse. Mais, mal perçue par les représentants du personnel, cette stratégie de la continuité a eu un prix à payer.

« La première semaine a été compliquée. Les salariés étaient très affectés et les clients de nos clients levaient le pied. La peur a cristallisé les comportements et les syndicats ont appelé à la grève. L'équipe de nuit est même venue me chercher pour que je m'explique. L'émotionnel prenant le dessus, il a fallu garder la tête froide et faire appel au bon sens sur la base de faits. Tant que nous pouvions assurer sécurité et distanciation des salariés, l'activité devait continuer. Avec l'objectif commun de ne mettre

personne en danger, le dialogue et l'écoute ont ramené la raison et finalement tout le monde a répondu présent. Au regard de notre activité, nous avons mis en place 65 mesures complémentaires au protocole sanitaire obligatoire et rassuré l'ensemble des collaborateurs. La deuxième semaine du confinement, les partenaires sociaux ont fait amende honorable et rétabli leur confiance ».

Après l'effort, le réconfort ?

Il est encore trop tôt pour tirer des conclusions mais cet épisode cataclysmique a révélé une force qui fonde les espoirs de reconstruction.

« La sortie de crise s'amorce avec le handicap d'une baisse brutale du chiffre d'affaires qui pèsera sur le bilan 2020 mais des atouts limitent le choc. L'accompagnement du gouvernement donne une respiration et contribue à alléger les charges ; la bonne réactivité des organisations professionnelles qui apportent l'information utile, facilitent les relations interprofessionnelles et remontent nos problématiques aux pouvoirs publics ; la bonne réactivité des experts comptables donne les bons leviers au bon moment. Nous ressortons plus forts de cette crise dont nous avons amorti les effets grâce à une année 2019 record » **Stéphane Tavano** (Uzin Utz France), Administrateur AFICAM.



« Je retiens de cet épisode la révélation des richesses de nos métiers. Notre forte valeur ajoutée est notre capacité à répondre à un besoin de service et de réactivité. La souplesse de notre production est un levier majeur. On la doit à la volonté des filières de faire face, à des personnes hyper motivées pour se battre et y arriver ensemble. L'esprit d'équipe et d'entreprise, la mobilisation humaine, l'outil industriel, ont été nos alliés », **Pascal Hoareau** (Onip), Président du SIPEV.

[* Enquête sur la résilience productive du cabinet conseil Utopies, spécialisé en développement durable](#)

« L'esprit d'équipe et d'entreprise, la mobilisation humaine, l'outil industriel, ont été nos alliés »



Peintures artistiques : les couleurs du réconfort

Le secteur des peintures pour l'art, les loisirs et l'enseignement a tenu une place toute particulière lors de la crise sanitaire mais pour autant d'utilité publique. S'il n'a pu agir sur la santé physique, il a sans doute contribué à préserver la santé mentale dans les foyers pendant le confinement. Les activités artistiques et loisirs créatifs, connues pour leurs vertus anti-stress et de déconnexion, ont bien occupé les foyers si l'on en croit les tendances d'achat en ligne pendant la période. L'imagination fertile des fabricants et distributeurs, pour occuper avantagement le temps et les esprits, n'a pas failli.

Max Sauer SAS, avec sa marque Sennelier, en témoigne avec le lancement d'un concours familial pendant le confinement. Motivée à rendre la période moins pénible, voire de créer une nouvelle expérience, la marque lançait le défi d'une œuvre collective parents-enfants, le Sennelier Painting Family Contest.

« Avec ce concours, Sennelier espérait créer des moments propices à l'échange et au partage intergénérationnel autour de l'activité artistique et la passion des couleurs. 350 familles ont participé, 30 ont été présélectionnées pour participer à un vote par l'ensemble des salariés qui a désigné les 10 familles gagnantes », **Yves-Marie Salanson**, Directeur Artistique et Communication MAX SAUER SAS.

VALEUR FILIÈRE

Filière industrielle forte et fédération sur le pont

La structure de la filière industrielle, organisée et coordonnée avec les organisations patronales et institutionnelles, a montré sa force et sa complémentarité pour porter les intérêts collectifs, garantir le maintien de l'activité et anticiper la reprise.



Conseil National de l'Industrie, Medef, France Chimie, France Industrie, la FIPEC et ses syndicats, les organisations professionnelles et sectorielles, toutes les strates de la communauté institutionnelle se sont mises conjointement en action. Elles ont travaillé dans une logique d'entonnoir, sur l'ensemble des filières sectorielles, industrielles, de façon transversale et par métier.

Ensemble, elles ont consolidé l'information, identifié les points de blocage, sont intervenues efficacement auprès des forces vives, politiques et professionnelles. Leur mission se poursuit sur l'urgence de la reprise et la construction d'un avenir durable.

« Fin février, on s'est senti seul en voyant se profiler une situation inhabituelle sans réaction du gouvernement. Nous avons alors mesuré la force du tissu institutionnel. Toutes les fédérations avec lesquelles nous avons l'habitude de travailler se sont excellemment bien comportées. Elles ont été à l'écoute et ont assuré la transition avec les pouvoirs publics. Nous avons gagné en efficacité et un temps précieux pour réagir et mettre en place un plan de crise. En cas de récurrence, nous sommes prêts », Ahmed Mastari, (Groupe Beckers France), Président Commission ISI de la FIPEC.

La FIPEC : le référent métier, facilitateur et coordinateur

La fédération a intensifié son circuit d'information et de communication. Il s'agissait de maintenir le contact des adhérents avec les filières professionnelles et la communauté industrielle, éviter l'isolement face à l'actualité réglementaire et aux difficultés opérationnelles, remonter les informations du terrain auprès des pouvoirs publics.

« En phase d'entrée et de sortie de crise sanitaire, la réponse au besoin immédiat était de lancer une bouée pour ne pas se noyer, d'activer les relations interprofessionnelles pour éviter la rupture des chaînes

« Nous avons alors mesuré la force du tissu institutionnel »

d'approvisionnement. Pouvoir s'appuyer sur une communauté syndicale pour défendre des intérêts partagés est déjà une force mais dans la gestion de crise, c'est fondamental. Un discours et une mobilisation harmonisés sont des accélérateurs », Guillaume Frémaux (Haghebaert et Frémaux, fabricant de peintures), Président Adjoint de la FIPEC, Président Commission Affaires Publiques de la FIPEC.

« Au-delà de la résonance d'une voix unifiée, l'échange de compétences fait partie des valeurs ajoutées des relations interprofessionnelles. Face aux difficultés de mise en place des mesures sanitaires sur les chantiers, l'expertise de nos départements HSE a servi à toute la filière. La réglementation qui encadre l'industrie de la chimie nous aguerrit au respect des protocoles de sécurité les plus rigoureux », Jacques Menicucci (Allios), Président de la FIPEC.

Le focus est à présent orienté business et la préoccupation est de porter les messages qui enclencheront une relance pérenne. Le moment est venu d'activer les échanges et contacts directs avec les élus pour défendre les intérêts des métiers des syndicats de la FIPEC dans les plans de relance, valoriser ses industries, négocier le report du calendrier réglementaire le temps de restaurer l'activité, soutenir la transition écologique.

« Nous avons d'ores et déjà échangé avec plusieurs élus, dont Guillaume Kasbarian rapporteur de la loi sur les dispositions d'urgence post épidémie, ou Roland Lescure, Président de la Commission Économique de l'Assemblée Nationale. Nous avons eu le sentiment d'être écouté et constaté le regard extrêmement positif posé sur l'industrie avec la conviction de l'importance qu'elle soit forte. Néanmoins, ils perçoivent deux courants opposés, l'un audacieux et solidaire, l'autre, plus passif et opportuniste », Guillaume Frémaux (Haghebaert & Frémaux), Président Adjoint de la FIPEC, Président de la commission Affaires Publiques de la FIPEC.



France Industrie : la voix fédératrice de l'industrie

Le besoin criant de renforcer l'industrie a permis de cristalliser l'utilité de France Industrie qui, en 2 ans, s'est installée comme l'interlocutrice de référence dans le paysage institutionnel. Sa double gouvernance, en réunissant le GFI (fédérations industrielles) et le Cercle de l'industrie (grands groupes), en fait une organisation très opérationnelle qui a, sans délai, démultiplié son effet levier.

La crise sanitaire a révélé toute la force de l'outil mis en place par la communauté industrielle, en terme de réactivité et d'agilité. Le travail en amont, l'omniprésence, le flux d'actions vers les pouvoirs publics et les adhérents, les fortes sollicitations de part et d'autre, ont confirmé et renforcé l'effet catalyseur et amplificateur de l'organisation.



Vincent
MOULIN-WRIGHT

Interview du Directeur Général France Industrie

Dans chacun de ses trois domaines d'intervention (promotion, influence et animation de projets collectifs), France Industrie tire un bilan positif des initiatives engagées, boostées ou mises en lumière par la crise sanitaire.

Dans votre rôle de promotion, pensez-vous récolter les fruits de votre travail sur l'image de l'industrie ?

Notre communication de crise a rendu visible l'effort de guerre déployé, que ce soit dans le domaine alimentaire, la santé, la chimie, les emballages, l'eau, les déchets ou les télécommunications... Une prise de conscience s'est opérée auprès du grand public constatant que l'industrie permettait d'assurer les services vitaux de la nation et la fourniture des produits de première nécessité. La preuve de son agilité et de sa résilience a eu un effet de caisse de résonance. Le niveau de médiatisation de l'industrie et, incidemment, de France Industrie, a bondi. Les failles de notre « politique industrielle » trop timide ont ressurgi et placé dans les débats les valeurs que nous défendons, telles que la relocalisation industrielle ou un certain niveau de souveraineté stratégique.

Votre rôle d'influence a-t-il été conforté ?

Il a montré toute son importance quand le gouvernement a dû très vite prendre des décisions. La connexion avec l'exécutif a été cruciale pour pouvoir interférer, remonter les informations, déverrouiller les contraintes, assurer le dialogue permanent avec le gouvernement, l'administration et les parlements. Sans ce très haut niveau d'échanges avec l'appareil politique, la situation serait d'autant plus pénalisante pour l'activité industrielle. La cohésion de notre dispositif de filières, piloté par nos fédérations sectorielles adhérentes, a donné à France Industrie la capacité de réaction qui a été capitale pour synthétiser et restituer les besoins, ou fournir des données chiffrées.

Les décisions gouvernementales prises ont été satisfaisantes et pas mal de mauvaises idées évitées, comme celle de dresser une liste des

secteurs d'activité prioritaires. Pour la contrer, nous avons défendu l'interdépendance des secteurs. La rompre aurait bridé l'activité industrielle et compliqué la reprise.

Votre rôle d'animation de projets collectifs, que vous sentez grandir, a-t-il rempli sa fonction la plus opérationnelle ?

Dans la gestion de crise, France Industrie a confirmé le bien-fondé de sa mission d'accélérateur de projets collectifs en mobilisant les forces vives et en mutualisant les ressources de ses adhérents. Elle a concrétisé avec l'État la plateforme de synchronisation internationale sur l'achat des masques, en contribuant au montage d'un « pont aérien » avec l'Asie. Elle a suscité la création de la plateforme de distribution des masques made in France et soutenu la mobilisation des industries du textile et de l'habillement au sein de la filière Mode & luxe pour la production rapide d'une offre nationale. Tout comme elle a alimenté avec ses fédérations et entreprises industrielles adhérentes une plateforme d'achat avec les hôpitaux face à la pénurie en consommables et équipement de protection...

Avec un peu de recul, quel est votre bilan ?

Notre expérience et notre organisation ont produit des résultats concrets au service de nos adhérents, en réagissant dans l'urgence et en transformant avec agilité notre mode de fonctionnement pour répondre aux attentes multiples. Au-delà de la phase de grande urgence, le travail s'est constitué pour ancrer nos actions sur la durée et contribuer à la phase de reprise puis au plan de relance.

Cette création de valeurs est rendue possible par le travail collectif réalisé avec les experts mobilisés via nos 67 adhérents (44 groupes industriels et 23 fédérations) et l'engagement des nombreux dirigeants sur le terrain.

Cette dynamique unitaire était déjà à l'œuvre depuis la création de France Industrie puisque 10 nouveaux adhérents ont rejoint notre organisation depuis 2018. Notre force est notre fonction de courroie de transmission entre nos adhérents, les instances interprofessionnelles, les pouvoirs publics français et européens et maintenant le grand public.

Les présidents montent au créneau

Les présidents des syndicats de la FIPEC (AFCALÉ, AFEI, AFICAM, SIPEV et SPB) ont uni leur voix pour exprimer auprès des pouvoirs publics et des médias la mobilisation de ses industries et porter les besoins opérationnels. Ils se sont démenés avec les permanents de la fédération pour débloquent les freins de l'activité.

Retour d'expérience avec **Pascal Hoareau** (Onip), Président du SIPEV

Quels ont été les leviers d'activité ?

Dans le bâtiment, la difficulté, voire l'impossibilité de mettre en place les mesures sanitaires sur les chantiers a arrêté net l'activité et ralenti la reprise. Il était urgent de trouver le bon compromis et le travail avec les organisations professionnelles a été déterminant, en l'occurrence avec la CAPEB et la FFB, unies au SIPEV par des intérêts alignés et les clients communs des

adhérents. Les connexions interprofessionnelles ont permis d'établir avec les autorités les accords impératifs pour produire, livrer, rouvrir les dépôts et agences commerciales. Combinées à l'action de soutien du gouvernement, rapide et efficace, elles ont largement contribué à la protection de nos activités.

Quel regard portez-vous sur la filière ?

Les syndicats professionnels ont montré l'intérêt d'échanger et de porter haut et fort les intérêts collectifs des filières métier. La crise nous a fait prendre conscience de notre interdépendance et mesurer les effets de la mutation initiée depuis plusieurs années. La volonté de rebondir sur l'élan positif né avec la crise sanitaire est partagée.

Sur quelle base relancez-vous la machine ?

La gestion de la crise sanitaire a convaincu l'opinion publique de la valeur de l'industrie, de la nécessité de fabriquer en France et réveiller l'intérêt pour les usines nationales. Les industriels sont devenus plus audibles



Pascal
HOAREAU

et visibles. La communication engagée en amont par la Commission des Affaires Publiques FIPEC et par le SIPEV a bien préparé le terrain. Avec l'appui des filières professionnelles au diapason, une écoute favorable et de nouvelles preuves des performances de nos secteurs, le moment est propice pour montrer toute la richesse de nos métiers et susciter des vocations. Et pourquoi ne pas aller encore plus loin et participer à la reprise économique en travaillant avec les collectivités pour soutenir la rénovation, l'embellissement du cadre de vie et l'attractivité touristique ?

« Les connexions interprofessionnelles (...) ont largement contribué à la protection de nos activités »



VALEUR FILIÈRE **3** Projection sur la reprise

A peine sortie de l'état d'urgence sanitaire et industriel et avant d'entrer dans l'urgence économique, sociale et environnementale, France Industrie avec la filière a ouvert le chantier du déconfinement pour définir les modalités de reprise et les mesures de soutien. Un dialogue permanent est établi depuis avril pour veiller à la simplification, établir les plans de relance sectoriels et définir les mesures d'urgence.

« Depuis juin, nous travaillons à la rédaction du plan de relance qui sera présenté au vote du Parlement cet automne », **Vincent Moulin Wright**, France Industrie. En attendant, quels sont, à chaud, les visions, les priorités, l'état d'esprit des industriels ?

Ils ont dit...

Gilles Richard, Délégué Général de la FIPEC

« Sans peintures, colles ou encres, l'industrie manufacturière ne peut pas repartir. Les industriels des syndicats de la FIPEC ont maintenu leur activité et préparé leur outil de production à la reprise pour préserver les chaînes de production »

Stéphane Tavano (Uzin Utz France), Administrateur AFICAM

« La reprise repose sur 3 pôles : rassurer, sécuriser et redynamiser »

Ahmed Mastari (Groupe Beckers France), Président Commission ISI de la FIPEC

« Nous avons pris conscience que les situations de crise ne sont plus exceptionnelles, un peu comme la canicule, devenue un problème récurrent. Comment être plus agile et faciliter la reprise ?... Une capitalisation est à faire mais une certitude, fonctionner au ralenti sera toujours moins difficile que de redémarrer après un arrêt complet »

« L'urgence sanitaire a réhabilité le rôle de l'entreprise sur le terrain de la RSE. Sa responsabilité sociale l'engage auprès de ses collaborateurs et renforce son ancrage territorial »

Jacques Menicucci (Allios), Président de la FIPEC

« Même si rien ne remplacera la relation humaine, en particulier dans la vente, la transition digitale de nos métiers a montré qu'elle était indispensable à notre réactivité et à la continuité de nos activités. Le juste équilibre est à trouver mais un point de non-retour a été atteint »

« La crise a stimulé nos capacités d'innovation en traçant de nouveaux axes liés à l'évolution prévisible des attentes du consommateur. Comme la pollution de l'air a fait émerger des solutions dépolluantes, la crise sanitaire générera des fonctionnalités antivirales »

Bruno Delanoé (Siegwerk France SA), Président de l'AFEI

« La chimie organique, à base de pétrole, a massivement été placée en Chine et nous rend tributaire de ses fournisseurs et de sa politique industrielle. Quelles leçons pourront en être tirées ? »

Robert Lacoste (Bostik), Président Commission Colles Bâtiment AFICAM

« La France est l'un des pays dont l'activité a été la plus bloquée, contrainte par une réglementation handicapante et nuisible en périodes difficiles. Le principe de précaution inscrit dans notre constitution fait partie des freins. En revanche, pendant la crise, la force nationale n'a pas failli à sa réputation, individus et entreprises ont su s'adapter »

Thomas Cousin (BASF), Président du SPB

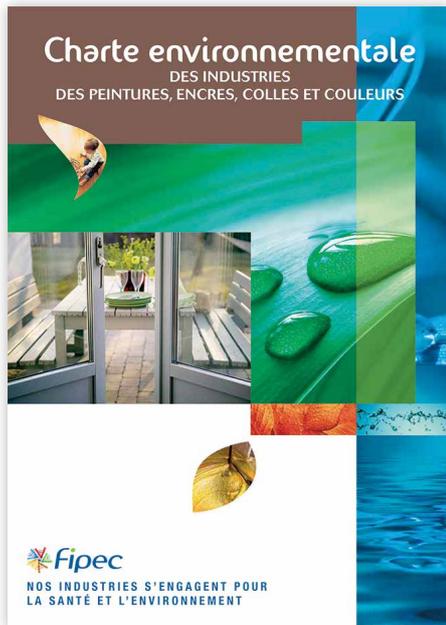
« Relié à la construction, le secteur de la préservation du bois a subi de plein fouet la baisse d'activité, autour de 85%. Même en participant à l'effort industriel avec la fabrication de gel hydro-alcoolique pour les hôpitaux, 60% des entreprises ont dû recourir au chômage partiel. Mais la reprise, portée par la demande des particuliers, est très dynamique. Avec le confinement, le temps et l'envie de confort ont été propices aux projets d'aménagement de l'habitat. Pour beaucoup, l'économie réalisée sur le budget vacances est reportée sur celui de la maison et du jardin, surtout en cette saison, qui offre une grande variété de destinations aux produits de préservation du bois. On assiste ces dernières semaines à un véritable engouement pour les bois d'extérieur, les lames de terrasse sont même en rupture de stock. Pour nous, ce marché progresse de près de 10% en 2020, avec un pic observé en juin où les ventes ont plus que doublé par rapport à 2019 ».

ACTUALITÉS

LOI ANTI-GASPILLAGE POUR UNE ÉCONOMIE CIRCULAIRE : un green deal à la française ?

La Loi Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire (loi AGEC) a été publiée au Journal Officiel du 11 février 2020. Les textes d'application réglementaires sont en phase d'écriture dans un calendrier extrêmement contraint, en particulier durant tout l'été 2020.

Ce texte, majeur pour les industries de la FIPEC, fait l'objet d'un travail de concertation important avec les pouvoirs publics. L'enjeu est de mettre en cohérence la réalité du terrain avec la mise en œuvre opérationnelle des objectifs poursuivis par le législateur.



Depuis de nombreuses années, les entreprises orientent leurs réflexions stratégiques vers la mise en place d'actions concrètes pour l'économie circulaire et adoptent des comportements toujours plus vertueux : réduction des déchets et des emballages ; substitution des substances difficiles à recycler en fin de vie ; généralisation des systèmes hydrodiluables en remplacement des solutions solvantées ; intégration de l'analyse du cycle de vie dans la conception d'un nombre important et croissant de produits. « *La loi AGEC pousse nos industries à aller plus loin encore, en approfondissant notamment le dispositif des filières à responsabilité élargie du producteur ou l'information du consommateur* » **Emilie Blaise**, Responsable Développement Durable.

pouvoirs publics. Un groupe de travail économie circulaire s'est constitué au sein de la Commission Environnement et fournit un intense travail de fond sur les nombreuses dispositions techniques et réglementaires en cours de définition. En parallèle, un comité consultatif sur la stratégie de développement durable de la FIPEC a été constitué : il réunit notamment les présidents des syndicats et de la FIPEC, de ses syndicats, des commissions Affaires Publiques, Environnement et Sécurité des produits. « *Notre objectif est de concilier la ligne stratégique de nos différentes professions, en cohérence avec les réflexions des comités de direction et les travaux des commissions. Avec l'appui de nos expertises internes, les instances mises en place visent une action suivie et pérenne* », **Emilie Blaise**.

Apporter des solutions concrètes

La FIPEC prend très au sérieux les objectifs imposés par la loi AGEC et a mis en place une organisation totalement dédiée à l'élaboration de réponses qualitatives aux demandes des

« La loi AGEC pousse nos industries à aller plus loin encore »



Guillaume FRÉMAUX

Président adjoint de la FIPEC et Président de la Commission Affaires Publiques.

Pression croissante sur la transition écologique

Même si l'industrie a été mise en lumière, même si elle est perçue en grande partie comme audacieuse et solidaire, l'urgence environnementale fait peser dans la balance une pression croissante sur la transition écologique. Cette pression se répercute sur les secteurs de la chimie et rend peu audibles les demandes de report réglementaire. Pour la FIPEC, la reprise est synonyme de poursuite des travaux en étroite collaboration avec les instances représentatives, pour avancer, trouver des solutions intelligentes sur la transition écologique, travailler avec les pouvoirs publics pour construire une industrie française écoresponsable et compétitive.

« *Je place le courage politique dans la capacité à prendre des mesures écologiques adaptées en visant la faisabilité et la durabilité. Et le courage est bien de faire accepter la nécessité de laisser le temps à l'industrie de restaurer son activité. L'idée n'est pas de se soustraire, au contraire, mais d'être efficace en établissant un calendrier qui gère l'urgence pour ensuite pouvoir construire sur le long terme. La première phase doit être de pousser les leviers économiques et l'investissement et dans un deuxième temps, d'accélérer la transition écologique* », **Guillaume Frémaux**.



TiO₂ : nouvel étiquetage en 2021

Les institutions européennes ont reconnu la nécessité d'adapter la décision de classification du dioxyde de titane à la spécificité des mélanges, sous forme liquide ou visqueuse. « *Le dioxyde de titane est une matière première critique pour notre secteur. Sa classification en tant que substance dangereuse aurait eu de très lourdes conséquences sur les peintures et leurs utilisations en matière de restriction de manipulation, de stockage et d'étiquetage des produits, d'informations à donner sur les FDS, de précaution d'usage...* », **Guillaume Frémaux**

(Haghebaert et Frémaux), Président Adjoint de la FIPEC et Président de sa Commission Affaires Publiques.

Le travail de pédagogie mené par la FIPEC, en coordination avec CEPE, a reçu une écoute attentive et favorable des pouvoirs publics.

Les nouvelles dispositions réglementaires s'appliquent le 1^{er} octobre 2021 et impliquent une mise à jour des étiquetages selon des recommandations encore en discussion. En attendant, la FIPEC a constitué un kit d'outils informatifs et pédagogiques sur la classification du dioxyde de titane à destination des entreprises adhérentes, de leurs salariés et leurs clients, de la médecine du travail et des organisations professionnelles des filières métier.

« *Nous suivons de près les recommandations d'étiquetage et travaillons avec CEPE sur un guide. Nous conseillons à nos adhérents d'anticiper au maximum cette procédure, qui peut être longue, et d'utiliser nos outils pour gagner du temps* », **Marie-Delphine Bracon**, Responsable Affaires Réglementaires Produits de la FIPEC.



Marie-Delphine
BRACON

En savoir plus : « [Classification CLP du TiO₂ : une décision sur mesure pour rassurer les salariés et les utilisateurs](#) », interview de Guillaume Frémaux publiée le 18/02/2020

En bref

Biocides

La FIPEC, décodeur de la réglementation

Pour la 4^e année, la FIPEC renouvelle sa participation au Congrès Biocides, les 14 et 15 octobre prochains. Ce congrès annuel donne les clés d'entrée à la réglementation sur les produits biocides, le RPB UE n° 528/2012. Elle est l'une des plus complexes, tant pour la comprendre que pour la mettre en œuvre.

Hors préservation du bois et certaines peintures spécifiques où les fabricants peuvent également être metteurs sur le marché, les producteurs de peintures, encres et colles adhérents des syndicats de la FIPEC sont concernés par les biocides en tant qu'utilisateurs. Même si l'impact se limite essentiellement à l'étiquetage, l'exercice reste complexe.

La participation au congrès Biocides est une composante du travail interprofessionnel. La participation conjointe avec l'AFISE dont les adhérents, fabricants de détergents, sont soumis aux mêmes obligations, a permis d'élargir les retours d'expériences et d'apporter des réponses concrètes pour la mise en œuvre de cette réglementation.

Spécial Covid-19

GHA : Gel hydroalcoolique produit biocide

En tant que désinfectant, le gel hydroalcoolique est classé parmi les produits biocides de type 1. Pour répondre à l'urgence sanitaire et accroître à court terme la production de GHA en élargissant le champ des fabricants potentiels, l'arrêté du 13/03/2020 a introduit des dérogations au règlement européen (RPB UE n° 528/2012), valables jusqu'au 31 décembre.

Les conditions d'autorisation de mise sur le marché ont été provisoirement assouplies. Le protocole de commercialisation est ainsi passé de plusieurs années à 15-30 jours.

Même avec ces aménagements, la mise en œuvre est restée un challenge pour les fabricants de peintures, colles et encres qui souhaitent en produire ponctuellement : approvisionnement en matières premières, capacité de production, conditionnement, étiquetage...

La FIPEC a diffusé [une fiche technique et réglementaire spécifique](#) avec des informations et conseils sur la formulation et des sources d'approvisionnement.

Risque chimique SEIRICH : nouvelle version

SEIRICH, logiciel d'évaluation des risques chimiques de référence, vient de se doter de nouvelles mises à jour. Il prend désormais en compte la 12^e ATP du CLP et toutes les substances CMR 1A/1B ayant une classification harmonisée. De nouveaux outils d'aide à la décision ou l'élaboration de plans d'actions ont également été mis en ligne.

Pour toutes les entreprises concernées par le risque chimique et sans outil spécifique, SEIRICH est incontournable. Il compte 30 000 utilisateurs dont 1/3 des adhérents des syndicats de la FIPEC.



PERFORMANCE

NORMALISATION, CERTIFICATIONS, LABELS : les atouts maîtres

La normalisation est un outil stratégique de conquête et de leadership. La FIPEC s'en est emparée dès le début de son histoire pour renforcer la position des industriels qu'elle accompagne. Ceux qui s'appuient sur ces leviers et s'impliquent personnellement en tirent plusieurs bénéfices : la maîtrise des standards techniques et de qualité, des opportunités de marché, un atout commercial différenciateur, une expertise reconnue de l'entreprise, un statut de spécialiste de ses représentants, le développement d'un réseau relationnel porteur.

Les leviers de la FIPEC

La FIPEC intervient à deux niveaux pour répondre à deux objectifs : porter les spécificités des

produits de peintures, colles, et ceux pour les jouets dans les programmes de normalisation ; travailler avec les adhérents à la définition de référentiels adaptés.

François Legay, Responsable Affaires Réglementaires, Sécurité Industrielle, Innovation, Normalisation de la FIPEC, est le référent du sujet.



Et quels sont les leviers de la normalisation ?

La normalisation régit les marchés. Participer à leur définition est une façon de maîtriser les évolutions ou de créer des opportunités de développement. Laisser la main signifie que d'autres décideront à la place des industriels. La normalisation est un processus long mais durable.

La FIPEC est adhérent de l'AFNOR. Quel est votre rôle en tant que représentant ?

Travailler dans les comités stratégiques, de plus en plus en ligne avec le développement durable, donne la possibilité d'orienter les travaux. J'agis en tant que relais pour positionner les marchés de nos adhérents.

Notre adhésion donne également à nos adhérents l'accès aux outils d'accompagnement de l'AFNOR que je recommande chaudement.

Sur quelle base de contenu travaillez-vous pour mener vos travaux ?

Les axes de travail, les critères de qualité, l'argumentation technique, les points de blocage, tous ces sujets sont débattus avec les adhérents membres de nos commissions, organisées par famille de produits. Nous avons la capacité de valoriser et d'influencer les critères de qualité mais pas sans la contribution des adhérents. Ils sont seuls à parfaitement maîtriser leurs produits et leurs performances.

Avez-vous l'exemple de travaux récents ?

Le secteur des colles travaille sur une norme qui décrit les éléments à intégrer dans les fiches techniques des adhésifs structuraux. Ceux-ci sont destinés à coller des assemblages très utiles pour l'industrie, notamment l'aéronautique, le ferroviaire et l'automobile.

Les peintures anticorrosion ont créé la norme ISO 12944 qui est devenue la référence de la filière en définissant les règles de l'art techniques et d'application. Elle a récemment été revue pour intégrer une catégorie « très haute durabilité » qui permet de concurrencer la galvanisation avec un argumentaire technique et d'intégrer de nouveaux marchés.

Avec les industriels de la peinture, nous travaillons au niveau européen sur la norme NF EN 13300 qui concerne la classification des peintures intérieures. Pour les adhérents, elle représente un instrument de valorisation qui pose une définition claire des produits et ouvre un dialogue technique avec les clients, appuyé par des arguments certifiés.





Grégory
BROCHARD

Nous normalisons, nous maîtrisons. Et vous ?

Grégory Brochard, Directeur Technique chez Allios, est le Président de la Commission AFNOR T30A (peintures bâtiment et anticorrosion), en tant qu'adhérent de la FIPEC, et Expert peinture auprès de la Commission Européenne. 25 ans d'engagement, l'esprit collectif et sectoriel, le sens du consensus, en font un spécialiste de la normalisation reconnu et moteur pour la filière. Il lance un appel à la mobilisation.

Qu'est-ce qui explique 25 années d'immersion dans les arcanes de la normalisation ?

A l'époque, le déclencheur a été le développement des façades qui a ouvert les travaux de normalisation. Il était fondamental d'intégrer les discussions en amont pour nous positionner et ne pas être contraints. Au lieu de subir, je préfère me donner la possibilité

d'anticiper et d'influencer en actionnant le moyen de maîtriser les évolutions de marché.

A titre d'exemple, lorsque la réglementation sur la rénovation de façade a évolué vers des désignations européennes, la norme sur les produits d'imperméabilité a été bien utile pour éviter de bousculer le marché et de renouveler les homologations.

En tant que directeur technique, ces travaux de normalisation sont-ils chronophages ?

Le rapport investissement/bénéfice est sans commune mesure. La commission AFNOR me mobilise 4 demi-journées par an et les réunions sont plus stratégiques que chronophages. Participer à la définition d'une norme, maîtriser le cahier des charges, disposer des informations en amont, donnent le temps de se préparer et d'anticiper les procédés d'application. Les tests réalisés en amont apportent des éléments de comparaison et des données techniques vérifiées. Toute cette ressource aide à la décision, permet d'acquérir des méthodologies fiables et fait gagner un temps précieux. Sans cette visibilité, notre vision ne peut dépasser le court terme. A la commission AFNOR, nous sommes une quinzaine d'industriels autour

« Toute la chaîne de valeur professionnelle en tire un bénéfice »

de la table sur une centaine d'adhérents au SIPEV. On a le potentiel pour renforcer notre représentativité.

Quels bénéfices tirez-vous de votre expérience ?

Toute la chaîne de valeur professionnelle en tire un bénéfice. La normalisation permet à la filière d'évoluer sur des critères de qualité, de performances et environnementaux. L'entreprise est valorisée par son rôle moteur et crée de la valeur pour se développer, innover et se différencier. Les membres actifs acquièrent une expertise reconnue par leurs pairs, les professionnels et le marché. Les managers techniques, qui intègrent les travaux de normalisation dans les profils de poste, renforcent les compétences de leurs collaborateurs et disposent du même coup d'un outil de motivation et de fidélisation. Les travaux de normalisation sont une ouverture vers l'extérieur qui confronte les avis, crée des liens et forme un réseau très qualitatif et constructif.

Quels sont les travaux actuels de la commission ?

La réécriture de la norme NF EN 13300 est en cours et définit la méthodologie de test des peintures intérieures. Notre prochaine réunion est en septembre. Il est encore temps de s'inscrire auprès de François Legay et d'intégrer les travaux.



La FFC, nouveau partenaire de la Plateforme de la carrosserie durable

Le Groupement Peinture Carrosserie du SIPEV poursuit la mobilisation de tous les acteurs clés de la chaîne de valeurs de la réparation-carrosserie dans l'évolution durable de l'activité. Cette communauté d'acteurs de référence partage compétences, expertises, bonnes pratiques et témoignages avec la même motivation et volonté de faire évoluer durablement la filière. L'arrivée de la Fédération Française de la Carrosserie (FFC) parmi les partenaires de la Plateforme de la carrosserie durable, ex Livre Vert du poste peinture de l'atelier carrosserie, est un message fort. Son statut et son implication sur tous les sujets touchant à l'avenir des métiers de la mobilité en font un partenaire de poids.



« Depuis toujours, la FFC s'est donné pour mission d'accompagner ses adhérents dans la pérennité de leur entreprise. Nous sommes convaincus que le développement durable constitue un des points essentiels de la performance d'aujourd'hui et de demain dans les ateliers de carrosserie-réparation. En cela, les valeurs défendues par la Plateforme de la carrosserie durable sont en totale adéquation avec notre vision d'un métier responsable », **Patrick Cholton**, Président de la FFC.

Le Groupement Peinture Carrosserie atteint son objectif de fédérer les forces vives de la filière à tous ses échelons. Entre les fabricants de peinture, les partenaires* (la FNA, le CNPA, le Garac et maintenant la FFC), les nouveaux ambassadeurs, la FRCI et la SOCCA, la Plateforme concentre un niveau de compétences et d'expertise optimale. Elle dispose d'un puissant levier de connexion et de proximité avec l'ensemble de la profession.

* FNA, Fédération Nationale des Artisans de l'automobile ; CNPA, Conseil National des Professions de l'Automobile ; le Garac, École Nationale des Professions de l'Automobile ; FRCI, Fédération des Réseaux de Carrosseries Indépendantes ; SOCCA, consultant formation et expert en carrosserie

En savoir plus : [Communiqué de presse](#)



Actions 3PF accueille son nouveau Président

Jean-Jacques Châtelain succède à Henri Jardin à la Présidence d'Actions 3PF. D'abord apprenti au sein de l'entreprise familiale de peinture, il s'est formé aux métiers du sol et des revêtements avant de fonder sa propre entreprise en 1978 avec le titre de Maître Artisan. Il s'est également investi dans la vie syndicale et représente encore aujourd'hui l'U2P (Union des Entreprises de Proximité) auprès du ministère du Travail.

Avec ce pedigree, qui lui permet de témoigner auprès des jeunes de sa propre expérience, et aguerri au monde associatif et institutionnel, Jean-Jacques Châtelain donne à Actions 3PF les moyens de rester sur la forte dynamique insufflée par Henri Jardin.



Du Livre Vert à la Plateforme de la carrosserie durable

Initialement créé autour de la gestion écoresponsable de l'atelier carrosserie, le Livre Vert du poste peinture de l'atelier carrosserie a élargi son périmètre pour devenir la Plateforme de la carrosserie durable. Au-delà des aspects réglementaires, sécurité et environnementaux (RSE), le site intègre désormais tous les autres sujets qui participent à la pérennité d'une carrosserie : formation, innovation, image de marque, emploi... l'esprit reste toujours de partager informations et bonnes pratiques.

Cap sur les ressources humaines

La Plateforme ouvre un chapitre qui répond à l'une des problématiques majeures du secteur de la réparation-carrosserie, les ressources humaines. Difficultés de recrutement, manque d'attractivité du métier, quête de compétences adaptées aux besoins du marché, sont des freins au développement d'un secteur d'activité indispensable à la mobilité. Le partage d'expertises et d'expériences permet à la Plateforme d'apporter des pistes de réflexion et des solutions pour attirer les meilleurs compagnons et les garder. Fiches métiers, débouchés, perspectives, filières de formation, témoignages, liens et contacts utiles... Ce nouveau volet s'adresse aux professionnels de la filière mais également aux jeunes et au monde de l'orientation, de l'enseignement et de la formation.

En savoir plus : www.livre-vert-carrosserie-sipev.fr

Une responsable communication à l'OHGPI

L'OHGPI se donne les moyens de renforcer la visibilité de la filière anticorrosion, promouvoir ses solutions et élargir son périmètre de notoriété sur des filières métier. Elle a recruté en début d'année Émilie Tang pour occuper le poste de responsable communication. Diplômée d'un DESS communication et marketing à l'université HEC de Montréal, et forte d'une expérience chez PPG, sa connaissance du secteur lui a permis d'être rapidement opérationnelle.

En savoir plus : www.ohgpi.com



Enquête consommateur : parcours d'achat des produits de peinture

Face à l'évolution des circuits de distribution, le Groupement Grand Public du SIPEV a réalisé une enquête auprès d'OpinionWay pour comprendre les nouveaux comportements d'achat des Français. Avec un taux de satisfaction de 96%, les produits de peinture se démarquent par leur facilité d'utilisation et l'esthétique, qui restent les premiers critères de choix.

Si l'achat en ligne n'est pas dominant, 1 sur 6 avant la crise sanitaire, il a été une vraie issue de secours pendant le confinement. Pour les internautes comme pour les shoppers, l'expérience d'achat est positive à plus de 80%.

L'ACHAT PEINTURE

Étude réalisée du 24 au 31 juillet 2019, sur 800 Français de 18 ans et plus ayant réalisé au moins un projet de peinture au cours des 6 derniers mois

TOP 5
QUALITÉ DE LA PEINTURE

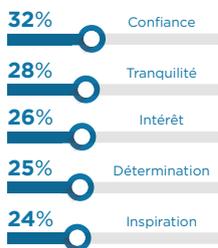


- Souplesse d'utilisation
- Facile d'utilisation
- Liberté créative
- Accessible à tous
- Esthétique

PARCOURS D'ACHAT



5/6 personnes achètent en magasin

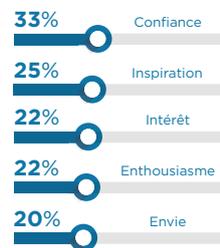


84%
d'expérience positive

TOP 5
CRITÈRES DE CHOIX

- Facilité d'utilisation
- Aspect
- Bénéfice techniques
- Selon support
- Diversité des teintes

1/6 personne achète sur internet



89%
d'expérience positive

UTILISATEURS
96% SATISFAITS
DONT 42% TRÈS SATISFAITS

PRÉFÉRENCE PRODUITS 50/50 **62%** Destination Pièces sèches
Couleur et blanc
88% Caractéristiques techniques pouvoir couvrant, monocouche, multi-support, résistance **87%** Aspect Mat, satin



BIM : outil de travail et de communication puissant

L'utilisation du BIM (Building Information Modeling / Modélisation des données du bâtiment), plateforme de partage et de gestion des informations techniques, se généralise sur les chantiers publics. Il est en passe de devenir, d'ici 3 ans, un standard d'utilisation. Le SIPEV s'est emparé du sujet dès 2016 considérant indispensable de mettre les produits de peinture au format BIM afin d'être visible, consulté et prescrit.

Le Groupe de Travail « BIM peintures » s'est constitué et le SIPEV a adhéré à l'association Mediaconstruct, porteur du concept de la maquette numérique standardisée en Open Source pour la France. Aujourd'hui, le GT entame la 2^e étape de son projet. Après avoir défini le cahier des charges, il s'attèle à proposer des objets BIM et à communiquer vers les donneurs d'ordre.

L'AFICAM s'engage également dans cette voie et constitue actuellement son groupe de travail pour établir un cahier des charges spécifique aux métiers des colles et adhésifs.

Robert Lacoste (Bostik), Président de la Commission colles Bâtiment, encourage tous les adhérents à participer aux travaux. L'enjeu étant non seulement français, mais à minima européen, la création d'un vocabulaire commun est la première étape importante à finaliser.

L'AFICAM veut prendre le leadership du collage sur le BIM

« Le BIM prend sa place dans la construction. Outil structurant, il change la manière de construire. Intégrer le système est un projet collaboratif qui demande un développement sur le long terme. La crise sanitaire peut être un accélérateur parmi d'autres mais un important travail de fond est à opérer. Nous en sommes précisément au début de l'histoire. Elle commence avec l'élaboration d'un dictionnaire pour établir un langage commun avec toutes les parties prenantes. Il n'en existe pas en Europe et le premier lancé fera référence. Si l'on veut maîtriser le sujet, il est indispensable de s'investir dès l'origine. D'autant que la particularité du collage est de ne pas être identifié car associé à d'autres produits et invisible, donc absent du paysage des architectes et donneurs d'ordre. Le BIM nous donne l'opportunité de faire entrer la colle comme un élément de construction à part entière. Il rend également audibles nos messages de performances techniques et de bénéfices environnementaux. Nous voulons donc initier les bonnes impulsions et prendre la main ».

Les travaux se concentrent dans un premier temps sur les 3 destinations principales du collage dans le bâtiment : les revêtements muraux et des sols, dont les parquets et les mastics de fixation, en s'efforçant d'y inclure le maximum d'utilisations. La deuxième étape complètera la base de données avec tout ce qui concerne les périphériques, sous l'angle de la santé notamment.



Robert LACOSTE

FDES : mutualiser les coûts

Les Fiches de Données Environnementales et Sanitaires sont des documents devenus incontournables pour accéder aux appels d'offres. Dans ce domaine, le travail collectif montre toute son utilité en partageant une vision technique et stratégique et en mutualisant les coûts.

Avec leurs adhérents, le SIPEV et l'AFICAM travaillent actuellement sur plusieurs FDES. Toutes les entreprises adhérentes peuvent bénéficier de ces travaux à condition d'y participer car chaque fiche est associée à des produits bien spécifiques. Néanmoins, après publication, une FDES n'est jamais fermée et il est toujours possible de la compléter avec des produits correspondants.

Le SIPEV, avec la participation de 24 industriels, a entrepris la mise à jour de 29 FDES pour les mettre en conformité avec les nouvelles normes.

Le secteur de l'ITE (Isolation Thermique par l'extérieur) travaille quant à lui sur les FDES de systèmes complets. Un projet est en cours, en coopération avec le SNMI (Syndicat National des Mortiers Industriels). Du côté des colles et adhésifs, 5 industriels de l'AFICAM ont lancé la création de 6 FDES, validées par des organismes indépendants certifiés et conformes aux analyses de cycle de vie, prévues par la réglementation.

Feuille de route 2020

Il y a un an, Jérôme des Buttes, Directeur Division Construction Chemicals Soprema, succédait à Amélie Vidal-Simi (Henkel) à la présidence de l'AFICAM. Dans la lignée de ses prédécesseurs, il porte haut et fort les valeurs et le dynamisme des professions des colles, adhésifs et mastics. L'AFICAM a développé sa feuille de route autour de deux axes majeurs : la défense des intérêts des industriels et la promotion de leur savoir-faire.



Jérôme DES BUTTES

En travaillant étroitement avec la FIPEC et en partageant son expertise technique avec le législateur, l'AFICAM entend influencer sur le processus réglementaire pour trouver des convergences entre les intérêts des industriels et ceux des consommateurs. « Il est essentiel de combiner les synergies dont bénéficie l'AFICAM au sein de la FIPEC avec des actions permettant de mettre en valeur les spécificités de nos métiers et secteurs. Notre profession est bien gérée et responsable. Elle s'adapte aux attentes d'efficacité et de praticité, aux attentes environnementales et sanitaires. Il me tient à cœur de le faire savoir ».

Le plan de communication a pour objectif de valoriser ses technologies et savoir-faire. La modernisation du site AFICAM et la présence du syndicat sur LinkedIn sont à l'étude.

afcale

Association Fabricants Couleurs Art Loisir Enseignement

Un travail en filière inédit

Isabelle
MENGELLE-
BOVÉ

« A l'ère de l'hyper communication, nous devons être visibles et attirer de futurs consommateurs, tout en proposant des produits adaptés à un cadre réglementaire extrêmement complexe », telle est la feuille de route d'Isabelle Mengelle-Bové, Présidente France du groupe Royal Talens et Présidente de l'AFCALÉ depuis juin 2019, succédant à Thierry Collot.

L'un des enjeux est une réglementation en phase avec les caractéristiques de notre secteur. « Il est important de tenir compte de la typologie des entreprises et de la spécificité de nos produits, et notamment du type de conditionnement, dont le format rend nécessaire l'adaptation de certaines règles d'étiquetage, par exemple ». L'AFCALÉ, l'un des derniers groupements français représentant la filière des couleurs pour l'art, le loisir et l'enseignement, monte au créneau, portée par la FIPEC, pour soutenir les intérêts de la profession auprès des décideurs.

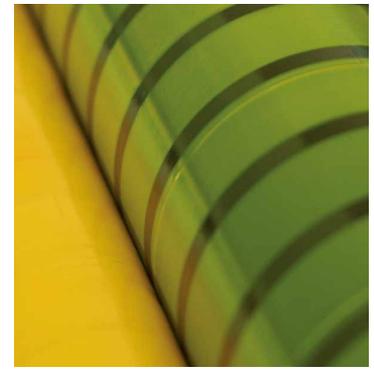
Le second enjeu du mandat d'Isabelle Mengelle-Bové est de capitaliser sur les arts créatifs, qui ont autant de valeurs artistiques que ludiques et créatives. Pour la première fois et sous l'impulsion de l'AFCALÉ, le collectif #ColoronsNosVies, qui réunit les principaux fabricants, distributeurs et médias de produits culturels créatifs*, lance une campagne de communication et des actions communes. Parmi elles, la sollicitation du Ministère de la Culture pour que le Pass Culture soit étendu aux beaux-arts. Les premiers échanges sont encourageants. « Ce travail en filière est sans précédent. L'engagement et la coopération de tous les acteurs, des fabricants aux distributeurs, sont les prérequis du succès. L'action collective est définitivement essentielle ».

Campagne de communication de la filière des loisirs créatifs

Créer fait partie du processus de développement personnel. Le confinement des mois derniers a renforcé la conviction que les activités créatives sont essentielles, tant pour les enfants dans leur dimension éducative que pour les adultes pour s'évader. La crise sanitaire a accéléré l'urgence de la prise de conscience et précipité la parution de la campagne de communication #ColoronsNosVies pour remercier les Français de leur créativité et les inciter à continuer. Lancée en juillet, la campagne sera relayée dans la presse spécialisée et sur Instagram via un concours dédié.



*Partenaires du collectif #ColoronsNosVies : AFCALÉ, Caran d'Ache, Cultura, Lefranc Bourgeois, Rougier & Plé, Pratique des Arts, Pébéo, Royal Talens, Oz International, Senelier. La mission du collectif est de soutenir et faciliter l'accès à la pratique des arts créatifs.



LA FABRIQUE
DE L'AVENIR

Carrefour de compétences
depuis 1885

