INFORMATIQUE & TELECOMS · IMPRESSION · MOBILIER · PAPETERIE · SERVICES GRAPHIQUES

trait d'union

L'AVENIR DU BUREAU ET DU NUMÉRIQUE SE **LIT** ICI

L'impression numérique au carrefour de mutations structurelles

Hausse des coûts, digitalisation croissante... comment les professionnels de ce métier font face aux changements qui les impactent ?

13 -15 JUIN
Convention eben
MARSEILLE
2024
RADISSON BLU • VIEUX PORT

ÉVÉNEMENT

La Fédération EBEN vous donne rendez-vous à Marseille les 13, 14 et 15 juin pour la Convention EBEN 2024 !

eben
ENTREPRISES DU BUREAU ET DU NUMÉRIQUE

N°46 - mars-avril 2024

DANS CE NUMÉRO

04 **Dossier**
Services d'impression numérique : tendances et perspectives

08 **Parole d'expert**
La reprographie : un écosystème en mutation permanente

11 **L'actu sociale**
Intégration de la reprographie à la classification EBEN

12 **Cybersécurité :**
État de la menace en 2023

14 **Success story**
Thierry GRILLOT

16 **Au fil du droit**
Prestations de services cyber : des prestations pas comme les autres

18 **Manifeste 2030**
Les PME numériques appellent à un New Deal numérique européen

20 **Convention EBEN 2024**
Le programme !

trait d'union

La lettre des professionnels du bureau et du numérique

Directeur de la publication : Loïc Mignotte

Rédaction : Delphine Cuynet, Valentine Zabarino, Frédérique Châtel, Corentin Prelot

Photos : Adobe Stock

Maquette : Ad'on Communication

69 rue Ampère 75017 Paris

Tel : 01 42 96 38 99

contact@federation-eben.com

L'actualité de votre métier en continu ! à suivre sur **federation-eben.com** et sur les médias sociaux

Edito

Rendez-vous du 13 au 15 juin !

Loïc Mignotte, Président

Pour l'édition 2024 de notre convention triennale, nous mettons le cap sur Marseille, ville aux multiples facettes. Nous aurons le plaisir de vous accueillir du 13 au 15 juin 2024, à l'hôtel Radisson Blu sur le Vieux Port de la cité phocéenne riche d'un patrimoine culturel avec ses quartiers typiques, ses monuments emblématiques et ses archipels au large de la côte offrant un cadre naturel unique.

Lors de notre Assemblée Générale, vous serez appelés à élire votre nouveau conseil d'administration pour les trois prochaines années, puis de grands intervenants et experts viendront nous donner un éclairage sur les enjeux du monde de demain et sur les défis à relever dans nos métiers. Olivier Sibony, enseignant en stratégie nous expliquera comment prendre de meilleures décisions. Christian Saint-Etienne, économiste et universitaire nous donnera son analyse de l'Europe dans le conflit sino-américain et la transition écologique. Nous aborderons également d'autres thématiques telles que la cybersécurité, le management intergénérationnel, la valorisation du papier et de la communication imprimée, le bilan carbone et la stratégie climat, ou encore le partage de la valeur.

Cet événement sera aussi l'opportunité de nouer des contacts riches et privilégiés avec vos confrères et partenaires dans un cadre convivial.

Nous vous attendons nombreux !

Partenaires

Services d'impression numérique

Tendances et perspectives

Dans un contexte de durcissement de la conjoncture économique, le secteur de l'impression numérique risque d'enregistrer un nouveau ralentissement en raison de la digitalisation croissante des documents d'entreprises, des imprimés publicitaires, catalogues et autres produits d'édition (livres, journaux, presse magazine, ...) De plus, les prestataires en impression numérique doivent encore éponger la hausse de leurs coûts d'approvisionnement suite à la flambée des prix du papier, des encres et de l'énergie.

Toutefois, face au tout numérique, le papier reste considéré comme un support « noble » par le consommateur, il créé de la valeur, de la confiance et s'inscrit dans la durée.

Quels sont les défis et opportunités sur ce marché ? Nous faisons le point.

L'hyper-personnalisation pour se démarquer

Alors que le marketing digital fait appel à la vue et l'ouïe des clients, le marketing hors ligne permet d'atteindre plusieurs sens : l'odorat, la vision, l'ouïe et le toucher. Dans cette ère du tout-numérique, les marques doivent créer une expérience mémorable et personnalisée pour marquer fortement les consommateurs. Le marketing sensoriel qui cible les sens des clients pour créer un lien émotionnel avec un produit ou une marque est de plus en plus utilisé. Il propose une variété de stimuli sensoriels pour influencer le comportement du consommateur. Un rapport publié par la plateforme Twilio a montré que les consommateurs sont 60 % plus susceptibles de devenir des acheteurs réguliers après avoir vécu une expérience d'achat personnalisée.

Les marques qui décident d'inclure le marketing imprimé dans leur mix marketing ont une longueur d'avance pour établir la crédibilité et la confiance auprès de leur public cible.

Aussi, les clients attendent de pouvoir personnaliser eux-mêmes leurs produits en ligne et souhaitent un traitement de commande et une livraison rapides. Les imprimeurs doivent donc disposer de solutions logicielles qui intègrent parfaitement leur matériel et leurs flux de travail, de façon fiable, avec agilité et simplicité.

L'impression sur des supports variés tels que le tissu, verre, bois, métal, ... offrent aussi de nouvelles possibilités de personnalisation.

L'ennoblissement pour faire bonne impression

Au fil des années, on assiste à une montée en puissance des textures et effets de matière, que ce soit sur les images, les arrière-plans ou même les textes. Ces effets, tels que le vernis sélectif, l'embossage, la dorure et le relief permettent de créer un impact visuel et une expérience tactile pour le consommateur.

Selon une étude d'info trends, un emballage ennobli ou avec impression spéciale améliore de 46 % la perception de la qualité du produit. Il permet un temps d'identification en linéaire deux fois plus rapide qu'avec un emballage classique et le temps d'attention est augmenté de 21 %.

De la même façon, une étude menée en Allemagne auprès de consommateurs de vin a montré que la combinaison du papier et de l'embellissement influence les attentes et a un effet positif sur l'appréciation et le goût perçus du vin. Le même vin servi dans la bouteille avec l'étiquette la plus appréciée a obtenu une note plus élevée que lorsqu'il a été servi dans la bouteille avec l'étiquette la moins appréciée. L'effet s'est également produit à un niveau subconscient ; en effet, l'implication émotionnelle mesurée à travers des paramètres psychophysiologiques était plus élevée (+13 %) lors de la dégustation du vin servi dans la bouteille portant l'étiquette préférée. En plus d'influencer l'appréciation du vin, l'étiquette influence également la perception du goût.

L'impression numérique pour plus de polyvalence et d'agilité

Selon le rapport Smithers intitulé « Future of Digital Printing to 2032 », le marché mondial de l'impression numérique est estimé à 136,7 milliards de dollars en 2022. D'ici 2032, il devrait atteindre 230,5 milliards de dollars et représenter

près d'un quart de l'ensemble des activités d'impression en valeur. Dans ce contexte, le jet d'encre devrait dominer, passant de 62,4 % du volume numérique en 2022 à 77,5 % en 2032.

Toujours selon le rapport publié par Smithers, l'innovation jouera également un rôle dans l'essor de l'impression numérique : amélioration de la résolution du jet d'encre (têtes d'impression de 3 000 dpi d'ici 2032), augmentation des gammes de couleurs, disparition des encres à base de colorants au profit de formulations à base de pigments sont notamment citées dans le rapport. Celui-ci indique également que les secteurs de l'emballage, de l'impression commerciale et du livre seront les principaux moteurs de la croissance de l'impression numérique dans les années à venir.

Le numérique offre donc de précieux avantages comme la rapidité, une meilleure qualité d'impression et la réduction des coûts. Il permet aussi de fabriquer des petites séries de documents personnalisés, avec moins de processus manuels, une plus grande automatisation et une réduction de la gâche matérielle.

D'autres opportunités

Les technologies d'impression poursuivent leur développement en s'étendant au-delà des applications graphiques et du packaging. Elles sont employées de manière croissante dans des domaines comme le papier peint, le revêtement de sol, la décoration, les panneaux et l'industrie en général. La technologie jet d'encre pour le textile, l'impression céramique, les circuits imprimés, le verre et bien d'autres surfaces constitue un nouvel horizon pour le monde de l'impression.

Autre tendance : la possibilité de créer des images destinées à être scannées avec un smartphone ou une tablette pour afficher des informations supplémentaires, des vidéos ou des animations. Cette tendance ouvre de nouveaux horizons aux marques et aux entreprises afin de créer des expériences interactives pour les clients.

L'impact environnemental de l'impression

Le secteur de l'impression n'échappe pas aux défis écologiques. Depuis de nombreuses années déjà, le secteur a adopté des pratiques responsables en utilisant des papiers recyclés, des encres végétales ou à base d'eau, en réduisant les déchets ou en passant par des processus de production écoénergétiques.

La demande croissante des consommateurs pour des produits respectueux de l'environnement pousse les fabricants à innover et à trouver de nouvelles solutions qui permettent d'améliorer l'efficacité énergétique des machines, notamment en limitant leur consommation lorsqu'elles ne sont pas utilisées.

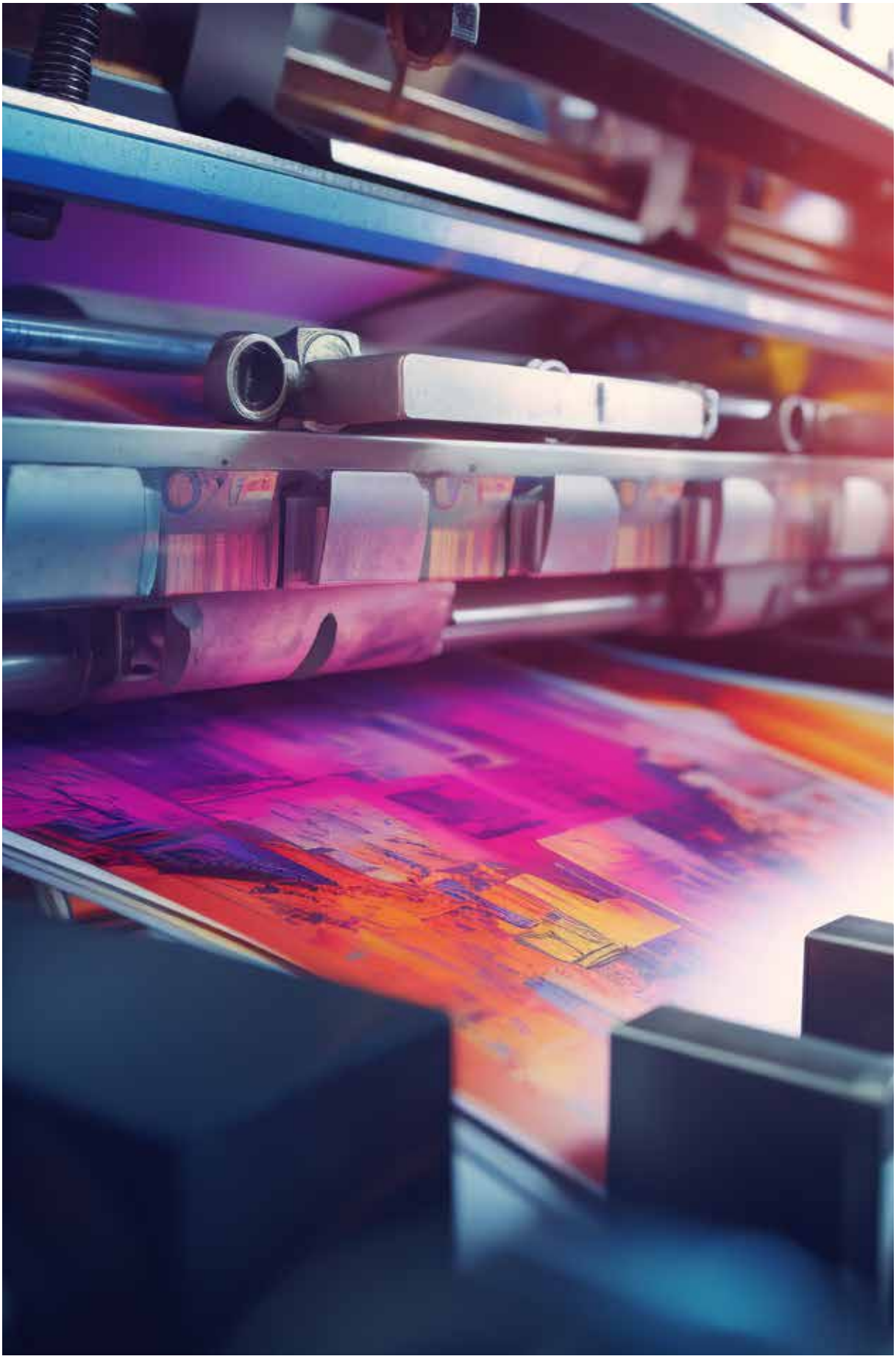
Les réglementations relatives aux produits chimiques se renforcent et les encres propres à base d'eau devraient gagner du terrain.

De la même façon, les logiciels d'impression aident les utilisateurs à optimiser leur zone d'impression et ainsi à réduire le volume de déchets.

L'approche d'« éco-encrage » a fait ses preuves. Développé il y a plus d'une dizaine d'années, ce processus d'économie d'encre consiste à choisir minutieusement chaque caractère typographique, forme et couleur pour transmettre le message souhaité avec une quantité d'encre spécifique. On évalue la réduction moyenne de la consommation d'encre de 20 à 25 %.

Bien que ce secteur soit confronté à des défis, l'impression numérique entreprend un parcours de transformation marqué par l'innovation, l'amélioration de l'expérience utilisateur et le développement durable. Les prestataires qui sauront innover et s'adapter à l'évolution des besoins des entreprises et des consommateurs sauront sortir leur épingle du jeu.

Delphine CUYNET



Parole d'expert

La reprographie : un écosystème en mutation permanente

Entre deux rendez-vous incontournables pour la profession, le salon C!Print qui s'est déroulé à Lyon et la DRUPA qui rassemblera les professionnels des industries graphiques à Düsseldorf du 28 mai au 7 juin prochain, nous retrouvons Claude Thomann, Responsable des Partenariats Professional Printing chez Konica Minolta. Il nous partage son regard sur les tendances du marché de l'impression numérique.

• Comment se porte le marché de l'impression numérique ?

On assiste à une nouvelle concentration du nombre d'acteurs sur le marché, liée aux acquisitions, alliances, fusions, départs à la retraite, difficultés financières... Cet écosystème est en mutation permanente. D'ailleurs, les groupements commerciaux d'imprimeurs recrutent régulièrement de nouveaux adhérents pour maintenir un certain niveau de représentativité.

Ainsi, avec l'évolution constante du secteur, la demande en équipement doit s'ajuster, entraînant une réduction du nombre de machines acquises. Alors qu'auparavant, les imprimeurs investissaient dans 2 ou 3 machines distinctes, chacune ayant ses propres caractéristiques, aujourd'hui, ils tendent plutôt à opter pour un équipement principal plus puissant, plus productif et plus flexible. Cette transition vise à améliorer les performances globales de leurs entreprises.

Les productions imprimées en numérique répondent parfaitement aux attentes de cette partie du marché de l'impression grâce à la souplesse, la réactivité et la qualité de ces équipements. D'ailleurs, les volumes de pages imprimées sur notre parc de presses numériques toner ont augmenté de plus de 15 % sur l'année 2023.

• Quelle est l'évolution des comportements d'achats en matière d'impression ?

Il semble que la gestion des plannings soit de plus en plus incertaine et difficile à anticiper. Cela requiert de la part des prestataires, une réactivité et une agilité accrues afin d'assurer une qualité de service constante et de répondre efficacement aux besoins de leurs clients.

La digitalisation influence significativement les besoins en impression des entreprises. Les commandes en grandes quantités sont moins régulières et l'imprimeur doit gérer de plus en plus de petits dossiers au quotidien, mais avec des volumes par commande de moins en moins élevés. De surcroit, le secteur de l'impression n'échappe pas au besoin d'immédiateté, avec des délais qui se raccourcissent continuellement. Les procédés d'impression numérique permettent de répondre à ces attentes.

• Comment les prestataires en impression numérique peuvent-ils répondre à ces défis ?

Pour répondre à ces évolutions, les prestataires en impression numérique se dotent d'équipements de plus en plus performants. En effet, pour traiter ces commandes en petites séries sans dégrader la rentabilité, l'opérateur numérique doit passer le moins de temps possible à la mise en œuvre de la presse numérique : préparation des fichiers et des margeurs, calage du recto-verso, gestion de la colorimétrie et réalisation du façonnage. L'imprimeur est en recherche d'automatisation pour enchainer ces tâches qui prennent du temps à l'opérateur pour produire ces courtes séries.

Libérés de ces actions répétitives, les conducteurs numériques et façonniers peuvent alors se consacrer à d'autres actions à plus forte valeur ajoutée.

• En tant que constructeur, quelles solutions technologiques proposez-vous ?

Les performances globales de notre offre sont parfaitement adaptées aux exigences du marché actuel. Nous apportons des solutions d'automatisation qui optimisent toutes les étapes de production de la prise de commandes en ligne à la finition intégrée aux modules de la presse numérique.

L'exploitation de formats bannières (jusqu'à 900 mm) en production associée aux fonctionnalités de coupe, rainage, microperforation facilite la réalisation d'applications telles que les cartes de visites, dépliants 3 et 4 volets, flyers, affiches, pochettes, fiches produits...

Depuis quatre ans, l'intérêt pour la finition en ligne s'est accentué en corrélation avec cette tendance de commandes journalières plus fréquentes mais avec des volumes moindres.

Nos solutions sont donc idéalement conçues pour répondre à la demande croissante de petites séries (ex. : 300 cartes de visites, 200 flyers, 100 affichettes, 100 menus, ...). Ce sont de réels atouts et catalyseurs de gains de productivité.

• Comment un prestataire en impression numérique - reprographe peut-il se démarquer en 2024 ?

Je dirais que le web-to-print n'est plus une option, l'outil est accessible quel que soit le niveau de performance de la solution utilisée. Le prestataire cherche à être visible en ligne à tout moment pour capter de nouvelles opportunités de business et fidéliser sa clientèle. Il souhaite également automatiser son flux avec le traitement et les corrections des fichiers de ses clients, le traitement de ses commandes et à optimiser les performances de ses équipements numériques.

L'imprimeur peut chercher à se différencier en apportant de la valeur à ses productions imprimées. L'ennoblissement numérique permet d'apporter un aspect sensoriel et tactile à un produit d'impression numérique, à l'aide d'un vernis relief et une dorure à chaud.

De plus, ces procédés permettent de réunir les collaborateurs de l'entreprise autour de cette technologie et de donner un élan commercial avec des supports graphiques différenciants.

Il faut créer le besoin en innovant, en proposant des prestations imprimées à valeur ajoutée, L'imprimeur renforce ainsi son rôle de conseil auprès de ses clients et les fidélise par ce biais.

Je vous invite à nous retrouver sur notre stand à la DRUPA (hall 8b) pour échanger sur vos projets et découvrir les avant-premières mondiales qui seront présentées à cette occasion. ●

Propos recueillis par Delphine CUYNET

RG system

GROUPE SEPTEO

La plateforme centralisée des professionnels de l'IT en mode SaaS

Les solutions

- RMM
- Backup Files&Data
  Backup Microsoft 365
- Cybersécurité
  ATS - EDR - MDR - XDR
- Assist
  Solution de prise en main à distance

Les caractéristiques et avantages de la solution RG System

- 30 jours d'essai gratuit
- 100% SaaS
- 100% français

Nos partenaires technologiques

DELL EMC · VEEAM · Bitdefender · OVH

Contactez notre expert

Laurent Casse
Directeur Commercial - RG System
laurent.casse@septeo.com

rgsystem.fr

Intégration de la reprographie à la classification EBEN

Après de longues négociations, les partenaires sociaux se sont enfin accordés sur une méthode de classification permettant de prendre acte de la fusion de la branche reprographie au sein de la convention collective EBEN.

Pour rappel, les partenaires sociaux avaient 5 ans pour négocier des stipulations communes aux deux conventions, à défaut de quoi les entreprises et salariés de l'ancienne branche reprographie seraient rattachés purement et simplement à la branche du bureau et du numérique.

De ces négociations, seule la partie classification aura finalement abouti. A l'exception des stipulations dites spécifiques au sens de la jurisprudence du Conseil Constitutionnel, la convention collective de la reprographie cessera donc purement et simplement d'exister en avril. Le sujet des classifications était néanmoins le point cardinal de ce rapprochement, puisque sans raccordement des statuts et positionnements des salariés, il aurait été impossible d'aligner la filière reprographie aux minimas conventionnels EBEN.

Nouvelle mécanique de pesée et création d'une filière

L'intégration des entreprises et salariés de la reprographie à la classification commune s'opère dans une logique de filière, telle qu'elle existait déjà pour les autres métiers d'EBEN, avec par exemple les filières de mobilier de bureau, ou de bureautique – informatique.

Dans un premier temps, il sera nécessaire de se reporter au référentiel de classification et d'analyse des emplois, présent en annexe 1 de l'accord d'intégration. Celui-ci pose les bases de trois critères classants (Connaissance/ technicité ; Autonomie ; Responsabilité) subdivisé en 12 degrés différents. Il convient de peser l'emploi au regard de ces critères, en prenant à chaque fois le degré correspondant le plus à l'emploi tenu, et d'opérer une somme de ces degrés.

Cette somme doit ensuite être rapportée à l'échelle de classification, qui prévoit un seuil de points minimum pour chaque positionnement.

Pour accompagner les entreprises, une cartographie d'emplois-repères, pour les emplois « cœur de métier » de la filière reprographie, est également présente en annexe 2. Celle-ci permet de donner une position indicative dans l'échelle de classification d'un poste au regard de sa description.

S'agissant des postes qui ne sont pas spécifiques à la reprographie, tels que les fonctions supports (RH, comptabilité, etc), les entreprises pourront se référer à la cartographie de la classification EBEN déjà existante.

Période transitoire pour la mise en application

Lors de la première application de cette nouvelle grille de classification, l'employeur notifie par écrit à chaque salarié le classement de son emploi ainsi que le degré retenu du classement pour chaque critère classant.

Enfin, il est à noter que l'application de cette nouvelle échelle de classification doit intervenir au plus tard 24 mois après l'extension dudit accord.

Veuillez également noter que malgré cet accord de classification, aucun accord pour conserver les stipulations propres à la convention collective de la reprographie n'a été conclu. Cela signifie qu'à compter de la fusion, vous ne serez tenu qu'au respect des règles de la convention collective EBEN.

De plus, un maintien de rémunération, visant à ce que la rémunération annuelle réelle du salarié ne soit pas réduite par le jeu de la fusion, devra être respecté. ●

Corentin PRELOT

Cybersécurité

L'état de la menace en 2023

À l'occasion de la publication du rapport d'activité annuel, le dispositif d'action contre la cybermalveillance partage son état de la menace et revient sur les tendances et les faits marquants de 2023, ses nouvelles productions et les différents projets auxquels il a contribué pour sensibiliser ses publics.

Les chiffres-clés de la plateforme

En 2023, 3,7 millions de visiteurs ont pu découvrir les 500 contenus disponibles sur Cybermalveillance.gouv.fr dont la fréquentation se stabilise.

En parallèle, 280 000 demandes d'assistance ont été enregistrées via l'outil de diagnostic en ligne, avec une augmentation de +13 % pour les particuliers et +17 % de la part des collectivités.

Les grandes tendances de la cyber

L'hameçonnage (phishing en anglais) reste la principale menace pour toutes les catégories de publics en 2023, avec près de 1,5 million de consultations des contenus sur les principales formes d'hameçonnage. Ce sont ainsi plus de 50 000 particuliers et professionnels qui ont recherché une assistance sur cette menace qui se diversifie et se sophistique.

Déjà identifiées en 2022, les escroqueries au faux conseiller bancaire sont le phénomène de 2023 (+ 78 % vs 2022) avec 80 000 consultations de l'article en ligne.

Autre menace majeure, le piratage de compte prend la deuxième place toutes catégories de publics confondus, avec des conséquences pouvant mener à l'usurpation d'identité avec un préjudice financier. En outre, avec 2 782 demandes d'assistance, les attaques par rançongiciels ont atteint un niveau record depuis 4 ans, tous publics confondus (+ 12 %).

L'arnaque au faux support technique, quant à elle, repose sur un mode opératoire toujours plus agressif

et suscite 140 000 consultations de l'article sur le sujet.

Enfin, les programmes malveillants (virus) font un retour en force et se positionnent à la 4e place des causes principales de demandes d'assistance chez les particuliers.

En détail, ça donne quoi ?

Chez les particuliers et ce, même si la majorité des principales cybermalveillances progressent sensiblement, le hameçonnage sous toutes ses formes reste en tête de toutes les menaces suivi de près par la piratage de compte en forte augmentation et le faux support technique. En termes de tendances, l'escroquerie au faux conseiller bancaire fait une entrée remarquée : c'est le phénomène de l'année.

Pour les entreprises, le piratage de compte prend en 2023 la première place des recherches d'assistance des entreprises et associations avec une hausse de + 26 %. L'hameçonnage et les attaques par rançongiciels suivent toujours en augmentation et en volume.

Globalement, le classement des principales menaces reste assez similaire à 2022. Les attaques en hausse les plus significatives concernent les faux ordres de virement, ainsi que les sites internet professionnels avec les défigurations de sites et les dénis de service.

Enfin, côté collectivités, le trio de tête reste inchangé même si en volume, les proportions augmentent, notamment pour les rançongiciels. Ce constat est encore plus significatif pour les défigurations de sites internet et les virus.

SENSIBILISER L'ENSEMBLE DE LA POPULATION AUX RISQUES NUMÉRIQUES : EXTENSION DU DISPOSITIF SENSCYBER AU GRAND PUBLIC ET COLLABORATEURS DES TPE-PME FRANÇAISES

Cybermalveillance.gouv.fr, unique guichet d'assistance et prévention de la cyber en France, dévoile la nouvelle version de e-sensibilisation aux risques numériques étendue au grand public et aux collaborateurs de TPE-PME. Conçu pour favoriser l'acculturation de populations néophytes à la cyber, ce module a été présenté à l'occasion du Forum InCyber, fin mars 2024.

Ressource interactive pour les agents du service public

A l'heure où les menaces cyber se démultiplient, se complexifient et où le quotidien tend vers le 100 % numérique, les français sont de plus en plus exposés. Et face à cet enjeu sociétal, les administrations françaises, qui représentent avec 5 millions d'agents une part non négligeable de la population active, restent une cible particulièrement vulnérable. Pour leur permettre d'être mieux protégées et surtout de doter leurs agents des bons réflexes à adopter, Cybermalveillance.gouv.fr a lancé en juin 2023 **SensCyber**, une e-sensibilisation spécialement dédiée aux agents de la fonction publique en partenariat avec différentes administrations. Au-delà des plateformes d'e-formation de ces opérateurs administratifs, le dispositif d'information et d'e-sensbilisation SensCyber a été intégré sur les intranets de plus de 30 organisations de la sphère publique. L'objectif étant de décliner les ressources existantes de Cybermalveillance.gouv.fr pour les rendre accessibles au plus grand nombre d'agents et dans un format interactif.

Un outil interactif désormais accessible à tous

Fort des retours positifs des premiers utilisateurs et dans le conituum de sa mission d'intérêt général (Assister, Sensibiliser, Protéger et Observer), Cybermalveillance.gouv.Fr décide aujourd'hui d'ouvrir ce programme d'e-sensibilisation et de l'adapter pour le grand public ainsi que les collaborateurs des TPE-PME, souvent peu dotées de ressources humaines et techniques sur le plan cyber.

« 9 français sur 10 ont déjà été victimes d'une menace. Si la sécurisation techniques est primordiale, le facteur humain est également déterminant pour se protéger. C'est pourquoi, après avoir été proposé à 5 millions d'agents du service public, nous avons décidé d'étendre cette e-sensibilisation aux entreprises et au grand public, qui ont besoin plus que jamais d'outils simples pour adopter les bons réflexes face aux attaques. Entièrement gratuite, SensCyber est une initiative cyber-responsable et s'incrit, tout comme notre mission, dans une démarche d'intérêt public », explique Laurent Verdier, Directeur du pôle Sensibilisation de Cybermalveillance.gouv.fr.

Source : Cybermalveillance.gouv.fr

Thierry GRILLOT • LBC - Le Bureau Contemporain

Garder le positif de chaque situation est primordial

Dans ce numéro, nous avons posé nos questions à Thierry Grillot, Directeur général de LBC - Le Bureau Contemporain. Il nous explique pourquoi il est essentiel de toujours retenir le positif.

• Pouvez-vous nous parler de votre cursus professionnel ?

Mon cursus professionnel est extrêmement simple : ma carrière a commencé dans l'entreprise où je travaille aujourd'hui. Actuellement, je répartis mon temps entre quatre entreprises différentes ; c'est LBC qui mobilise le plus de mon temps.

Je suis entré chez LBC en 1991 en tant qu'alternant. A l'époque, c'était un concept très nouveau de partager son temps entre l'école et l'entreprise. J'étais très orienté vers la société ; ça m'a valu de rater quelques jours de cours... (rires). Bien que l'entreprise ait été fondée par mon frère, il a fallu que je fasse mes preuves. Je suis passé par tous les métiers jusqu'à devenir l'associé à part égale de mon frère.

• Vous êtes directeur général de LBC, pouvez-vous nous présenter la société ?

LBC est l'acronyme du nom historique de la société : Le Bureau Contemporain.

Nous sommes un des grands spécialistes en France de l'aménagement d'espaces au sens large, c'est-à-dire qu'on équipe toutes les entreprises peu importe leur type. Pour résumer, nous équipons tous les espaces qui sont des lieux de vie. En effet, nous y passons presque plus de temps que chez soi ; il est très important que les gens s'y sentent bien.

Chez LBC, nous accompagnons nos clients du tout début de leur projet avec le recueil des besoins à l'aménagement des espaces, les faisons réfléchir à leurs vrais besoins afin de proposer le conseil le plus adapté possible.

Aujourd'hui, LBC représente entre 14 et 16 millions d'euros de chiffre d'affaires pour une trentaine de collaborateurs. Elle est elle-même intégrée au groupe Korus, qui fait entre 150 et 170 millions d'euros de chiffre d'affaires par an pour environ 300 collaborateurs. Grâce à nos 40 ans d'expérience, nous avons référencé environ 300 usines exclusivement en Europe afin de répondre à l'enjeu de l'empreinte carbone.

• Quels enseignements tirez-vous des crises successives ?

Un des enseignements les plus importants que j'ai gardés a été impulsé par mon frère : il faut se servir de chaque crise traversée pour apprendre. Si je devais retenir une seule chose de ces crises successives, c'est qu'il faut s'adapter en permanence.

En ce qui concerne le Covid, notamment l'annonce du premier confinement et la mise à l'arrêt du pays, nous avons vécu la nouvelle comme une catastrophe. LBC existe car nous livrons des produits : en mars 2020, il n'était plus question de le faire et l'idée d'un chiffre d'affaires à zéro m'était insupportable. Comment faire ? S'adapter en partant d'un constat de base simple : les gens se mettent en télétravail et ne sont pas forcément équipés.

En moins de trois semaines, nous avons développé des kits télétravail à livrer partout en France. Nous avons livré 2 300 kits pour une grande entreprise d'entertainment, 12 000 sièges pour un assureur français et encore des sièges pour d'autres grands groupes. Ensuite, les entreprises ont eu besoin de bornes de gel hydroalcoolique, de panneaux en plexiglas et de masques - introuvables à cette époque - nous en avons livré des milliers ! Finalement, toujours en nous adaptant, nous avons fait un chiffre d'affaires très correct en 2020.

• Quels sont les enjeux du marché selon vous ?

L'enjeu du marché est clair : faire revenir les collaborateurs au bureau. Sauf que le monde et les modes de travail ont évolué. L'équilibre vie privée/professionnelle est devenu primordial.

Avant, aller au bureau était synonyme de tâches répétitives et peu stimulantes. Aujourd'hui, nous faisons revenir les salariés en entreprise pour des moments d'échanges qualitatifs comme les formations, l'incentive, le regroupement d'équipes... L'enjeu principal aujourd'hui est de savoir s'adapter à ces nouveaux modes de fonctionnement pour proposer des produits toujours mieux adaptés et ainsi favoriser le retour au présentiel.

• Avez-vous des projets de développement ?

Pour moi, la plus grande richesse est d'être proche des hommes et des femmes. C'est pourquoi nous ouvrons actuellement des lieux un peu partout en France pour montrer que nous existons et notre expertise de l'aménagement.

Nous travaillons en parallèle sur un autre gros projet. Nous sommes partis du constat que nos ressources étaient épuisées et que nous continuions malgré tout à fabriquer de nouveaux produits alors que ceux-là même existaient déjà.

Nous sommes actuellement dans une démarche très importante : tous nos développements se concentrent vers le réemploi, le recyclage et la réutilisation (avec le rachat de lots et la remise à neuf de ceux-ci).

Aussi, parce que les entreprises font attention à leur trésorerie, nous avons créé un leasing circulaire. Il s'agit d'offrir une facilité de paiement en proposant des solutions de financement sur des durées plus ou moins longues pour permettre aux entreprises ne pouvant pas investir d'avoir de beaux aménagements et ainsi, répondre au sujet du bien-être en entreprise et le retour des collaborateurs en présentiel.

Cette offre de leasing est circulaire car nous finançons le mobilier et nous occupons également de tout le cycle de vie du produit pour que sa valeur restante soit plus importante d'une part. Par ailleurs, le client peut choisir en fin de contrat de conserver son mobilier mais dans le cas où celui-ci a une politique de changement de mobilier (tout ou partie), LBC s'engage à recycler, réemployer et réutiliser à 80 % les mobiliers dans l'économie française pour minimiser l'empreinte carbone et allonger le cycle de vie des produits.

• Pouvez-vous nous partager une anecdote professionnelle ?

Nous travaillons avec un grand assureur français depuis plus de 20 ans. Ce client récompense chaque année les entreprises par catégorie. En 2016, nous déposons une candidature. Très sincèrement, je ne pensais pas gagner de prix : je n'avais rien préparé et n'écoutais même pas pendant la remise des prix ! Nous avons remporté le Prix Coup de Coeur du meilleur partenaire cette année-là.

De fait, je me retrouve sur scène et, sous la surprise, je dédie ce Prix aux personnes qui me l'ont attribué. C'est grâce à des gens et des entreprises comme ceux-là, qui sont dans l'excellence, que nous grandissons et devenons plus performants. Je pense sincèrement qu'il n'y a pas de réussite individuelle, elle est toujours collective et réside dans la co-construction de ces partenariats.

• Pendant votre carrière, quel serait votre pire souvenir ? Et le meilleur ?

LBC a été fondée en mars 1983 par mon frère Bernard qui avait 20 ans de plus que moi. En 2018-2019, il a commencé à réfléchir à la retraite et comment construire la suite. J'ai été très clair avec lui : après trente ans à travailler ensemble, il était hors de question de continuer sans lui. C'est à ce moment que je lui ai proposé d'intégrer un groupe aux activités complémentaires avec les nôtres. Sauf qu'au moment de signer, mon frère est décédé. C'est le pire souvenir de ma carrière parce que j'ai perdu à la fois mon frère, mon associé, mon parrain et mon confident.

Le meilleur souvenir de ma carrière est en fait multiple : c'est croiser les bonnes personnes au bon moment. Dans nos carrières, la chance que nous avons est de ne rencontrer que des belles personnes.

• Que vous apporte la Fédération EBEN ?

Pour moi, EBEN est un partenaire bienveillant qui amène du contenu pertinent aux dirigeants. Nous en avons vraiment besoin. Par ailleurs, j'ai vivement remercié la directrice générale et le président pour toutes les infos essentielles envoyées pendant le Covid.

• Avez-vous une devise ?

Retenir le positif de chaque situation.

Propos recueillis par Valentine ZABARINO

Au fil du droit

Prestations de services cyber : des prestations pas commes les autres

Les prestations relatives à la sécurité se développent à une vitesse XXL. Il est vrai que la pression est de plus en plus forte pour vos clients. A ce sujet, l'Anssi a publié son « Panorama de la cybermenace 2023 » et les constatations font froid dans le dos.

D'après l'Anssi, les attaques informatiques à des fins d'extorsion se sont maintenues à un niveau élevé en 2023 ; comme en témoigne le nombre total d'attaques par rançongiciel portées à la connaissance de l'Anssi, supérieur de 30 % à celui relevé sur la même période en 2022. Il est donc tentant, pour la filière « informatique » ou « numérique », de proposer des offres orientées cyber. Ces offres sont généralement de deux niveaux :

- les prestations dites d'anticipation ;
- les prestations dites de réaction.

Les prestations dites d'anticipation

En amont, on pensera, par exemple, aux audits de sécurité, prestations de conseil en sécurité logique, mise en place de solutions de sécurité, patch management, administration ou supervision externalisée, maintenance, tests en tout genre (dont le fameux « Pentest »).

Ici, le risque est simple : quelle sera la responsabilité du prestataire si malgré son intervention il est victime d'une cyberattaque et que cette cyberattaque réussit (Ddos, ransomware, phishing, ...) ? Il n'est pas besoin d'être un grand sorcier pour imaginer que le client se retournera contre son prestataire... donc contre vous ! Pour limiter les prétentions du client dans ce cas de figure, des moyens existent :

- l'information contractuelle ;
- le contrat ;
- les mises en garde (ou non) ;
- l'assurance.

Proposition commerciale

Plus que pour n'importe quelle prestation, la phase amont, et notamment l'offre de service (proposition commerciale ou autre document), est primordiale. Il est très important de prévoir les limites et les réserves de la solution déployée : périmètre, obsolescence nécessitant des mises à jour, implication du client, prérequis côté client, limites de la solution, etc. Certes, ce type de proposition commerciale est un peu moins « vendeur » mais très protecteur de vos intérêts. Il faut donc impérativement travailler en profondeur vos propositions et leur wording. Plus l'interprétation est possible, plus le juge protègera les intérêts du client.

Contrat

Les prestations de services de sécurité

informatique ne sont pas des prestations comme les autres. Oubliez donc de réutiliser vos CGS « classiques » pour les utiliser pour des prestations cyber. Il faut en effet savoir retranscrire dans les contrats à la fois les clauses spécifiques protectrices de vos intérêts mais aussi prévoir les clauses propres à tel ou tel service.

Il existe de très nombreuses prestations d'anticipation, de la plus simple (déploiement d'un logiciel anti malware) à la plus complexe (SoC). Les modes opératoires sont également très différents, du plus classique (installation sur poste) au plus complexe (full SaaS).

Sur ce point, la Fédération EBEN va prochainement ajouter à son pack juridique un volet dédié aux contrats cyber. Les membres souscripteurs de ce pack auront ainsi accès à des contrats spécifiques.

Mise en garde

La proposition commerciale et le contrat ne suffisent pas. Comme vous le savez déjà, les prestations informatiques sont soumises à une obligation de conseil renforcée. Elles doivent donc conseiller leur client mais aussi les alerter ou les mettre en garder. Pour éviter que votre responsabilité ne soit engagée, vous devrez soit prouver que vous avez satisfait à cette obligation ; soit l'avoir limité drastiquement dans le contrat. Il n'est pas possible de la supprimer dans le contrat.

Assurance

Proposer un service cyber, c'est s'exposer à des risques importants en termes de préjudice subi par le client. Il est donc très important de prévoir une assurance cyber. La Fédération, en partenariat avec Cybassur, propose des offres à la fois pertinentes et raisonnables.

Les prestations dites de réaction

Les prestations dites de réaction sont également très nombreuses et diverses : assistance en cas de cyberattaque, restauration de sauvegarde, forensic, PCA, PRA, War room, etc. Les mêmes problèmes engendrent les mêmes questions : proposition / contractualisation / exécution / protection (assurance).

Mais au cas particulier de l'assistance en cas de violation, il faudra être très attentif aux obligations que le client se doit de respecter comme la notification Cnil par exemple. Sur ce point, il faut être très prudent et la meilleure option est de rappeler au client que si vous êtes en mesure de le conseiller, vous ne pouvez vous substituer à lui ou à un conseil juridique extérieur pour identifier et mettre en œuvre les démarches nécessaires.

La responsabilité est d'autant plus grande pour les prestataires IT qui interviennent pour des clients qui sont soumis à la Directive NIS 2* ou au règlement DORA (banque / finance / assurance).

Attention, la sécurité ne touche pas que les membres EBEN qui assurent des prestations informatiques. Elle touche aussi les prestataires télécom dont on sait que les clients sont parfois victimes de fraude pour des déficiences de sécurité. Le contentieux en la matière est une réalité. La difficulté réside dans son hétérogénéité. Certaines décisions sont en effet assez curieuses.

Ainsi, la Cour d'appel de Versailles dans un arrêt du 25 mars 2021, après avoir rappelé que « *la SAS NT*, professionnelle de l'informatique et des risques associés, qui savait que sa cliente exploitait une maison de retraite et avait, de ce fait, des données administratives, comptables et médicales devant être sauvegardées pour les besoins de son exploitation, aurait dû, d'une part, s'informer des réels besoins de sa cliente en la matière et, d'autre part, l'informer des risques éventuels liés au système de sauvegarde choisi en l'espèce* ».

Alors que la responsabilité du prestataire paraissait engagée, la Cour a cependant considéré que « *une sauvegarde externe au réseau, seule à même d'éviter une perte de données en cas d'attaque virale du type de celle subie, implique des contraintes et un coût supplémentaire et il n'est pas établi que l'association les CB*, même informée des risques, limités, d'une attaque pouvant crypter ses données, aurait souscrit à une telle solution, étant rappelé qu'elle disposait déjà d'une solution de sauvegarde efficace, sur laquelle elle n'a émis aucune objection, pendant près de quatre années avant que survienne l'attaque virale.* »

Cette jurisprudence hiératique impose donc une vigilance accrue en termes de rédaction et d'exécution des contrats.

Eric BARBRY

**Retrouvez la chronique juridique sur la directive NIS 2 dans le Trait d'Union de janvier-février 2024.*

Manifeste 2030 :

les PME numériques appellent à un New Deal numérique européen

European DIGITAL SME Alliance (dont la Fédération EBEN est membre via DIGITAL SME France) a rédigé un manifeste qui appelle à un nouveau pacte numérique européen capable de remettre l'UE sur la voie du leadership numérique d'ici 2030. À l'approche des élections européennes de juin, le Manifeste met en évidence des recommandations politiques dans dix domaines d'action pour que l'Europe soit le fer de lance de l'inovation et rattrape ses concurrents numériques. Le lancement officiel a eu lieu au Parlement européen avec la participation des principaux décideurs politiques de l'UE, des dirigeants d'entreprises numériques et des membres de sa communauté.

Les élections européennes de 2024 marqueront un tournant dans la réalisation des objectifs de la décennie numérique de l'Europe. L'UE dépend actuellement des importations de pays étrangers pour plus de 80 % des produits, services et infrastructures numériques. La part de l'UE sur le marché mondial des TIC a été réduite de moitié au cours de la dernière décennie, passant de 21,8 % en 2013 à 11,3 % en 2022. Le train de la révolution numérique est sur le point de partir, et l'Europe pourrait le rater.

Le Manifeste DIGITAL SME fournit des recommandations pour transformer l'Europe d'un simple utilisateur de technologies numériques en un continent de développeurs de premier plan. Une réussite que l'UE n'obtiendra que grâce au soutien d'un écosystème florissant de PME, de start-ups et de scale-ups numériques.

DIGITAL SME appelle à un New Deal numérique européen : une stratégie publique globale pour inverser le cours de l'histoire. À partir d'une approche favorable à l'innovation et tournée vers l'avenir, l'Europe doit renforcer davantage son secteur des technologies de l'information, construit par les PME, et promouvoir les modèles d'affaires numériques. Le lancement d'un New Deal numérique permettra également de combler le fossé entre la transition verte et la transition numérique, souvent traitées comme des silos par les décideurs politiques.

Il est urgent d'être le fer de lance de l'innovation et de rattraper les concurrents de l'Europe, sous peine d'être enfermés dans des dépendances économiques et géopolitiques étroites. C'est pourquoi le Manifeste appelle à un changement non seulement d'approche, mais aussi de mentalité. Après un mandat législatif de l'UE axé sur l'adoption de réglementations, l'UE doit maintenant s'assurer qu'elle atteint l'objectif primordial d'atteindre le leadership numérique.

Le Manifeste formule des recommandations sur l'intelligence artificielle, la cybersécurité et l'économie des données, en mettant l'accent sur l'application de la réglementation, le financement et les partenariats public-privé, ainsi que sur la manière de tirer parti du potentiel des PME numériques pour une numérisation sur mesure.

« Les PME numériques sont les catalyseurs de la double transition et les moteurs de la mission du New Deal numérique européen. Elles délivrent une « digitalisation sur mesure » qui s'adapte aux besoins de chaque utilisateur industriel et public. Ainsi, les PME numériques sont le facteur clé de succès pour préparer l'Europe à l'ère numérique. »

Dr. Oliver Grün - Président de DIGITAL SME

Le Manifeste suggère également un ensemble de mesures visant à faciliter les opportunités commerciales pour les PME numériques. Il appelle à l'adoption d'un « Buy European Tech Act », ainsi qu'au renforcement du marché unique numérique par le biais d'un guichet unique pour les PME et d'un fonds pour les champions de la Tech pour les entreprises sur le point de devenir leaders du marché. Il appelle à des incitations à la requalification et à l'amélioration des compétences des PME, en s'appuyant sur des alliances structurées, telles que les partenariats à grande échelle dans le cadre du Pacte pour les compétences (Pact for Skills). Il encourage également un plan d'investissement dans le numérique vert pour soutenir les PME produisant des solutions numériques ayant un impact environnemental positif.

Enfin, le Manifeste appelle à fédérer l'écosystème industriel afin que les petits acteurs de la tech puissent s'associer autour de normes interopérables, et à la formation de partenariats solides avec le secteur public et le monde universitaire.

Le Manifeste DIGITAL SME est le résultat d'un processus de consultation impliquant les membres et les parties prenantes de DIGITAL SME sur les priorités du prochain mandat de l'UE, initié lors du sommet de DIGITAL SME de novembre 2023.

Le Manifeste a été présenté au Parlement européen, accueilli par l'eurodéputée Josianne Cutajar, et salué par les principaux décideurs politiques de l'UE, notamment l'eurodéputée Karen Melchior, l'eurodéputé Radan Kanev, Thibaut Kleiner - Directeur (DG CNECT) et Amaryllis Verhoeven, Directrice par intérim (DG GROW).

L'événement comprenait une table ronde avec des entrepreneurs numériques à succès, tels que Frank Karlitschek, PDG et fondateur (Nextcloud), et Oliver Grün, PDG et fondateur (Grün Software AG).

Téléchargez le manifeste en ligne : https://www.digitalsme.eu/

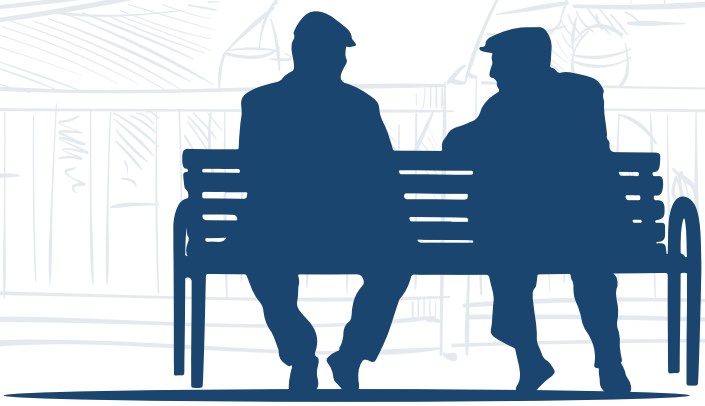
13 -15 JUIN

Convention eben

MARSEILLE

2024

RADISSON BLU • VIEUX PORT



Programme

Jeudi 13 juin

15h30 • **Accueil** à l'hôtel Radisson Blu Vieux Port

16h00 • **Mot d'accueil** du Président

16h15 • **Ateliers** de 30 minutes au choix (possible de faire jusqu'à deux ateliers)

Atelier 1 • « *L'intergénérationnel, comment travailler ensemble ?* » par Benjamin GAY, Directeur associé du cabinet Sens et Idées

Atelier 2 • « *Loi partage de la valeur promulguée le 30/11/2023 : agir en 2024 pour ne pas subir en 2025* » par Maud PRIOUX et Christian HUBERT de l'UFF

Atelier 3 • « *Tous ensemble pour valoriser le papier et la communication imprimée* » par Pierre BARKI, Président de Culture Papier

17h30 • **Conférence** - « *Prendre de meilleures décisions* » par Olivier SIBONY, consultant et enseignant spécialiste dans l'étude des biais cognitifs et comportementaux.

19h30 • **Soirée**

Vendredi 14 juin

9h00 • **Assemblée générale**

10h30 • **Intervention** - « *Bilan carbone, stratégie climat : comment passer de l'ambition à l'action ?* » par Gaëtan MICHON, Responsable programmes bas carbone WeCount

11h00 • **Intervention** - « *Les initiatives françaises souveraines en matière de cybersécurité pour les PME* » par Kevin POLIZZI, Président d'Unitel Group

11h30 • **Conférence** - « *L'Europe dans le conflit sino-américain et la transition écologique* » par Christian SAINT-ETIENNE, Universitaire économiste et Consultant en stratégie des entreprises.

12h30 • **Déjeuner**

14h00 • **Activités** au choix ou **temps libre**

Activité 1 • Visite guidée à pied du centre historique de Marseille (1h30)

Activité 2 • Croisière dans les Calanques (2h30)

Activité 3 • Visite découverte du Mucem (1h30)

Temps libre •

19h30 • **Soirée** - Dress code : détail orange

Les inscriptions sont ouvertes,
rendez-vous sur le site de la Fédération !

xerox™

Des solutions Xerox® pour environnements de travail : Bureautique / Production / Service Technique

Plateforme Xerox® Workflow Central

Convertissez tous vos documents depuis n'importe quelle imprimante, dans des formats exploitables et sécurisés.

Presse de production Xerox® Iridesse®

Cette presse numérique exceptionnelle est capable d'imprimer une combinaison de teintes métalliques avec six couleurs en un seul passage.

Réinventez l'expérience du service avec CareAR

Pour une expertise accessible instantanément aux utilisateurs par le biais d'interactions en Réalité Augmentée.

Contact :
Antoine Desnos
contact.france@xerox.fr

Agenda

MASTERCLASS

EBEN et son partenaire My Digital Spirit vous proposent un véritable parcours de formation autour de la digitalisation du business model des acteurs de l'IT, en 6 sessions d'une heure réparties d'octobre 2023 à juin 2024.

(Formation ouverte à vos collaborateurs)

Inscriptions sur le site de la Fédération.

MARDI **16** AVRIL

Focus sur les réseaux sociaux

Bénéficier à plein de la puissance de ces nouveaux médias

MARDI **11** JUIN

Déployer une stratégie e-commerce BtoB

Réussir la mise en place d'une activité e-commerce dans un modèle existant

WEBINAIRES

MARDI **23** AVRIL

Comment sécuriser sa trésorerie en temps incertain ?

Animé par Alain Wolgensinger de Codinf.

JEUDI **25** AVRIL

Manifeste 2030 pour un leadership numérique -

Le numérique européen de demain se décide aujourd'hui

Animé par DIGITAL SME France avec la présence de députés européens.

ÉVÉNEMENT

JEUDI **13** JUIN

|

SAMEDI **15** JUIN

13 -15 JUIN Convention eben MARSEILLE 2024

RADISSON BLU · VIEUX PORT

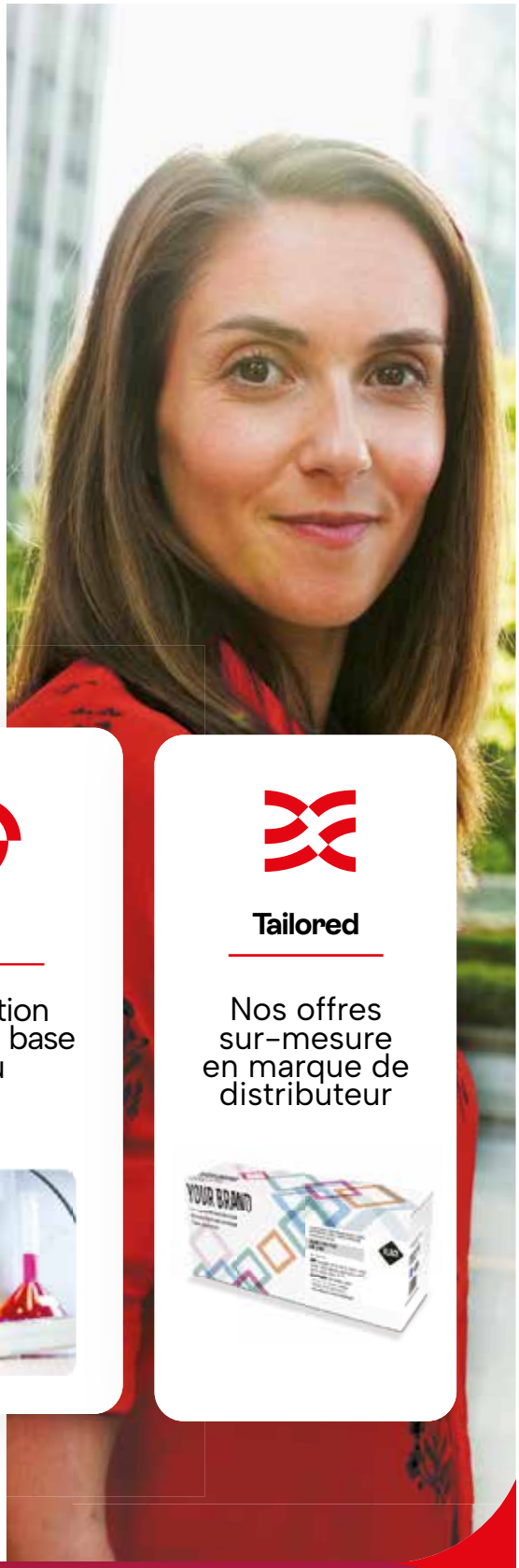
EBEN vous représente

Prochains rendez-vous :

24 avril	**CPPNI**
14 mai	**CPPNI**
15 mai	**CPNEFP**

ALTKIN

FAIR PRINTING



Nos solutions **alternatives**

Chez Altkin, nous explorons des voies alternatives pour que l'impression soit réellement sans contraintes. Notre engagement réside dans la recherche de solutions innovantes qui libèrent le processus d'impression de toute contrainte technologique et financière, tout en apportant une réponse résolue aux préoccupations environnementales.

Products

Cartouches alternatives d'impression jet d'encre, laser A4, copieurs multifonctions A3

Care

Logiciels et solutions MPS (Manage Print Services) alternatifs

Tech

Conception d'encres à base d'eau

Tailored

Nos offres sur-mesure en marque de distributeur

5 CENTRES DE DISTRIBUTION

+ de 2M DE CARTOUCHES RÉUTILISÉES CHAQUE ANNÉE

+700 EMPLOYÉS

18 300 m² DE ZONE DE STOCKAGE

AN ARMOR GROUP COMPANY

altkin-group.com