

LA SEMAINE DE L'ÉCRITURE DE 7 À 77 ANS!

Franc succès pour la Semaine de l'écriture 2016 et pour son **concours du plus beau texte** sur carte postale. Une preuve de l'attachement des jeunes, et des moins jeunes, à l'écriture manuscrite.



La catégorie des 9-12 ans rassemble aujourd'hui de loin le plus de candidats.

42,5% **DES VENTES**
annuelles de
cartes sont
assurées par les
détaillants

La cinquième édition de la Semaine de l'écriture s'est tenue du 3 au 9 octobre, avec le parrainage du ministère de la Culture et de la Communication et de l'Association des maires de France. Comme chaque année, les plus beaux textes sur carte postale ont été sélectionnés et récompensés par un jury présidé par Patrice Laffont, parrain de l'opération. L'édition 2016, sur la thématique du rêve, s'est avérée particulièrement réussie avec 13 450 cartes reçues, contre près de 8 000 l'année précédente. « *L'association Semaine de l'écriture a été créée afin de promouvoir et développer la pratique de l'écriture cursive et, face au tout numérique, redonner l'envie des belles lettres et des jolies cartes postales. Une semaine pour prendre le temps de s'échanger, pour oublier les abréviations et le langage phonétique!* » rappelle Bernard Bouvet, président de

l'Union professionnelle de la carte postale (UPCP), à l'initiative du projet et infatigable défenseur de l'écrit. Chaque année, les établissements scolaires sont invités, au travers de leurs enseignants de français, à télécharger un livret pédagogique sur le site internet de l'opération (1 680 kits demandés) et à commander un kit de trente cartes postales gratuitement. Ainsi, les élèves posent un autre regard sur la carte postale devenue support ludique à des activités créatives. « *L'objectif est de faire travailler les élèves autour de l'écriture sur la carte postale, mais aussi autour de son aspect historique, culturel et convivial. Il est important de leur donner l'envie de garder dans leurs habitudes la sensation de l'écriture* », ajoute le président. Et sans aucun doute la notoriété de Patrice Laffont dynamise le concours. Comment est-il arrivé là? « *Tout à fait par hasard*, avoue ce dernier, à la suite d'une rencontre sur un lieu de vacances avec Bernard Bouvet qui m'a parlé de son projet et m'a demandé d'être le président du jury. J'ai été immédiatement séduit et flatté. Président, le poste est convoité! Plus sérieusement, de par mon appartenance à une grande famille de l'édition française, j'ai toujours baigné dans l'écriture, ce qui me donne une certaine légitimité. Sans être un croisé de la défense de l'écriture manuscrite, j'en suis néanmoins un ardent défenseur. »

UNE MOBILISATION DE LA FILIÈRE

Pour cette édition, l'UPCP a ouvert pour la première fois la participation en dehors du champ scolaire. Les bibliothèques et médiathèques ainsi que les communautés de communes ont été sensibilisées et sollicitées afin de permettre à un public plus large et plus varié de participer au concours. La filière du papier et de l'écriture s'est à nouveau mobilisée avec l'UPCP, l'Ufipa, l'AIPB, les fabricants et distributeurs de stylos, de cartes postales et de produits dérivés, qui soutiennent l'opération. « *Parmi les nouveaux partenaires qui ont permis de donner un plus grand écho cette année, le Groupement des écrivains conseils (Grec) nous a accompagnés et permis de toucher les maisons de retraite et les participants à leurs ateliers d'écriture* », poursuit Bernard Bouvet. Plusieurs se sont d'ailleurs tenus au centre Pompidou durant la semaine. « *Nous souhaitons amplifier encore cette stratégie d'ouverture en 2017 en nous rapprochant d'associations œuvrant dans le milieu carcéral par exemple* », ajoute-t-il Une ouverture plus importante vers les pays francophones est également envisagée. De plus, avec le succès grandissant

**« J'AI RÊVÉ QUE
MON CARTABLE
ALLAIT À L'ÉCOLE
SANS MOI. »**

**PREMIER PRIX DANS LA
CATÉGORIE 6-8 ANS
(NATHAN LAPORTE, ÉCOLE
MARIE-CURIE À SEVRAN,
SEINE-SAINT-DENIS)**



Les membres du jury (de g. à dr.) :
 Didier Taugourdeau (Café littéraire de
 Mortagne-le-Perche - 61), Patricia Dethyre
 et Séverine Content (Grec), Bernard
 Bouvet (UPCP), Patrice Laffont, Marie-Agnès
 Bouvier (Semaine de l'écriture) et
 Laurence Lombardi (Ufipa et AIPB)

du concours, la catégorie 9-12 ans rassemble aujourd'hui de loin le plus de candidats. « *Il va donc nous falloir la faire évoluer et sans doute la scinder afin de séparer école élémentaire et collège.* »

Le 22 novembre, le jury s'est réuni afin de désigner dix gagnants parmi l'ensemble des participants dans chacune des catégories d'âge : 6-8 ans, 9-12 ans, 13-16, 17-20 ans et plus de 20 ans. Les critères sont bien entendu la cohérence avec le thème du concours, la qualité de la syntaxe, de la formulation et de l'orthographe, l'originalité. « *L'orthographe reste souvent un peu problématique, remarque Patrice Laffont. Dès lors, nous restons indulgents par rapport à ce critère. Au choix des gagnants se mêle inévitablement, et heureusement, une part de subjectif liée à la sensibilité de chacun d'entre nous.* » L'édition 2016 restera-t-elle un bon cru ? « *Certainement et chaque année j'y prends grand plaisir. Au fil des éditions, je remarque que les enfants âgés de moins de 12 ans écrivent parfois de petits bijoux d'originalité et d'imagination. Au-delà de cette tranche d'âge, les textes deviennent plus convenus, sans doute plus proches de ce que les jeunes pensent que l'on attend.* »

UN MARCHÉ STABLE

Quoi qu'il en soit, le marché de la carterie n'est pas en déclin, selon la dernière étude fournie par l'institut I+C pour la période 2013-2015 consacrée au marché de la papeterie. En 2015, la consommation de produits de cartes s'élevait à 354 millions d'euros (M€). Par rapport à 2013, cette consommation est restée stable, soit une évolution plus favorable que celle enregistrée par l'ensemble du marché de la papeterie (- 1,5 %). Les ménages constituent la principale clientèle de la carterie, l'entreprise n'intervenant que ponctuellement en achetant des cartes de vœux de fin d'année. Rappelons que les produits considérés regroupent les cartes postales de vues locales et régionales, les cartes postales de luxe, les cartes fantaisie communication, les carnets de vœux, les

posters, les emballages cadeau, les étiquettes fantaisie, les cartes de convivialité et civilité, les albums. Au niveau de la distribution, les détaillants occupent la première place ; ils assurent en effet 42,5 % des ventes. Parmi ces distributeurs, les librairies-papeteries-presses, y compris les magasins spécialisés en carterie, sont prépondérantes avec un chiffre d'affaires atteignant 93 M€, dont 42 M€ pour les papeteries. En deuxième position, la GMS assure 26,5 % des ventes, près de deux tiers de cette activité revenant aux hypermarchés, un tiers aux autres points de ventes, supermarchés et magasins populaires. Enfin, le circuit « divers », qui regroupe les tabacs, kiosques, cafés-hôtels, magasins de souvenirs, musées, VPC, et organismes caritatifs réalise 25 % des ventes. On note qu'au cours des deux dernières années, les évolutions sont assez peu différenciées selon les circuits : elles oscillent entre un recul de 2 % pour le circuit divers et une augmentation de 2 % pour les fournisseurs. Le chiffre d'affaires des GMS comme des détaillants restant quasiment stable sur deux ans. Cependant, sur une période plus longue, les GMS se distinguent nettement des autres distributeurs par un plus grand dynamisme de leurs ventes, et en particulier pour les hypermarchés qui affichent une hausse de 51,5 % du chiffre d'affaires entre 1993 et 2015. Les ventes des éditeurs et éditeurs-diffuseurs de cartes sur le marché intérieur français ont atteint en 2015 un montant de 163 millions d'euros. Les détaillants absorbent 38 % des ventes et représentent ainsi le principal débouché des éditeurs et éditeurs-diffuseurs. Ils se positionnent devant la GMS et l'ensemble « divers » qui obtiennent respectivement des parts de 31,5 % et 25 % dans le chiffre d'affaires des éditeurs et éditeurs-diffuseurs. Si la clientèle familiale représentant le principal débouché des ventes de carterie, la place des fournisseurs demeure quant à elle marginale avec une part de marché de 5,5 % des ventes. ●

CATHERINE MANDIGON