

2.4. Imprimeries et Éditeurs

La technique des machines d'impression a évolué en plusieurs étapes. Il y a 1.200 ans en Chine, on utilisait des blocs en bois pour imprimer des textes sur papier. Dans une deuxième étape, les caractères sont devenus mobiles. C'est également en Chine que le typographe Bi Sheng a inventé au 11^e siècle des caractères en argile qui étaient assemblés en blocs pour l'impression. Les caractères n'étaient pas très solides et se brisaient facilement. En 1298, l'inventeur chinois Wang Zhen utilisait des caractères en bois, bien plus résistants, et il perfectionnait la qualité de l'impression avec l'aide de tables tournantes. Les premiers caractères en métal ont été utilisés en Corée. Des ouvrages qui



Presse d'imprimerie type Gutenberg

rassemblaient les divers enseignements bouddhistes du maître Seon Baegun, appelés Jikji, ont été imprimés 1377. L'UNESCO a reconnu en 2001 l'existence du Jikji comme plus ancienne preuve de l'imprimerie à caractères mobiles.

En Europe, Johannes Gensfleisch, né à Mayence, plus connu sous le nom de Johannes Gutenberg, fabriquait dès 1448 des caractères typographiques mobiles en métal, avec un alliage de plomb, étain et antimoine. L'élément clé de cette technique était le poinçon, une tige de métal sur laquelle était ciselée la forme inversée du caractère. Johannes Gutenberg était de formation orfèvre et il connaissait donc parfaitement le travail du métal. Mais c'était son associé, Pierre Schoeffer, qui a perfectionné la technique de la gravure des poinçons. À partir du poinçon, on formait un moule dans lequel le fondeur coulait l'alliage en plomb liquide pour produire de multiples caractères mobiles pour chaque symbole.

Les caractères fondés étaient rangés dans une casse, un casier en bois destiné à contenir tous les caractères d'un même corps. Par corps, on désignait l'ensemble des lettres minuscules et majuscules, des chiffres et des signes de ponctuation, appartenant à une police de caractères donnée. On appelait le « même corps » également une « même fonte ». La casse était divisée en cases appelées cassetins, dont les dimensions et les emplacements étaient définis par la fréquence des lettres, c.à.d. par le nombre de caractères identiques, et par la commodité d'accès. Le typographe assemblait ensuite les caractères mobiles dans un composteur, ligne par ligne. Les lignes justifiées ont été posées dans une galée et finalement posées et bloquées dans une forme. Ces blocs de texte, une fois encrés, servaient à imprimer une feuille de papier dans une presse typographique. Les feuillets avec le texte original à composer étaient fixés dans un visorium.



Casse avec caractères mobiles en plomb

Le fonctionnement de la presse d'imprimerie, fabriquée en bois, était basée sur celui de la presse à raisin. L'invention de Johannes Gutenberg comprenait donc l'ensemble des techniques employées : la gravure des poinçons, la fonte et l'assemblage des caractères mobiles, l'encre faite d'huile de lin et de noir de fumée ainsi que l'impression sur papier du bloc de texte dans une presse typographique. Le 23 février 1455, après quelques années d'expérimentations, la « Bible de Gutenberg » a été publiée en 180 exemplaires, comme première œuvre imprimée en Europe.

À partir de cette date, la technique d'impression a connu une évolution fulgurante. La stabilité de la presse a été progressivement améliorée. Des pièces en bois ont été remplacées par des pièces en métal, le premier élément était la vis.



Presse d'imprimerie Stanhope

L'ultime perfection était la première presse totalement métallique, mise au point par le scientifique anglais Lord Charles Stanhope en 1795. Le principe d'impression restait le même et mobilisait beaucoup de force humaine. Quand les typographes avaient fini la composition de la page à la main, caractère par caractère, ligne par ligne, en puisant dans leurs casses, les « ouvriers pressiers » accomplissaient leurs gestes de façon répétitive. Ils ajustaient la forme avec la composition sur la plate-forme en marbre, passaient l'encre avec des chiffons imbibés, appliquaient ensuite une feuille et la comprimaient par une platine qu'on devait descendre et remonter à la main, à l'aide de la vis montée en haut. Après l'impression du recto des feuilles, il fallait les tourner pour imprimer le verso. Ces gestes étaient répétés jusqu'à 2.000 fois par journée de travail, ce qui permettait d'imprimer un journal de quatre pages en 500 exemplaires.

Les machines du type Stanhope ont subi encore quelques modifications avec des contrepoids et autres ajoutés pour faciliter le travail des « ouvriers pressiers », mais rien de spectaculaire. La prochaine révolution était l'introduction des machines d'impression rotatives, appelées communément simplement des « rotatives ». La paternité de l'invention de la rotative ne peut être réduite à l'invention d'un seul concepteur, il y a plusieurs ingénieurs et inventeurs dans différents endroits qui ont contribué à cette construction.

Les premières machines d'impression avec des cylindres sont apparues à partir de 1814 au Royaume-Uni. Des vraies rotatives ont été introduites dans différents pays à partir de 1844. Le principe de la rotative réside dans le remplacement de la platine, partie plane qui dans une presse traditionnelle exerçait la pression nécessaire pour imprimer le papier, par un cylindre, qui permettait une pression bien plus importante. Les presses à cylindres ont en premier bénéficié d'un entraînement par la vapeur, puis par l'électricité. Le passage à la rotative a été fait en remplaçant la forme typographique plane par une forme courbe, adaptée au cylindre, qui effectuait une rotation constante. Après les rotatives à feuilles, dites « à la feuille », des rotatives à bobine ont été introduites. Au lieu d'une alimentation feuille par feuille, le papier a été déroulé en continu à partir d'une bobine, ensuite plié et coupé automatiquement en sortie.



Machine d'impression rotative



Machine Linotype

En parallèle à l'introduction des rotatives dans les imprimeries, une autre révolution s'est passée du côté de la typographie. Ottmar Mergenthaler a breveté le 12 mai 1885 la « Linotype », une machine de composition au plomb qui utilisait un clavier alphanumérique à 90 caractères, aux fins de produire la forme imprimante d'une ligne de texte d'un seul tenant. Ottmar Mergenthaler est né en Allemagne en 1854. Il est parti pour Baltimore en 1872 où il a été naturalisé citoyen des États-Unis d'Amérique en 1878. La Linotype, une combinaison de machine à écrire et de micro-fonderie, a été commercialisée par la société créée à cet effet, la « Mergenthaler Linotype Company ». Elle régna sans partage dans l'imprimerie jusque dans les années

1960, époque à laquelle elle fut remplacée par la photocomposition.

En ce temps-là, l'impression typographique a également été remplacée par un nouveau procédé, l'impression offset. Il s'agit d'un procédé d'impression indirect reposant sur un principe chimique-physique plutôt simple, qui n'est autre que la répulsion entre l'eau et un corps gras. Le procédé d'impression, quant à lui, est loin d'être simple. L'acteur principal est la plaque offset, divisée en deux surfaces : la surface imagée, lipophile, capable de retenir l'encre, et la surface non imagée, hydrophile, qui repousse l'encre. La plaque est mouillée avec une solution qui se lie à la surface non imagée, puis elle est encrée. L'encre n'adhère ainsi qu'aux images qui sont d'abord transférées à un cylindre en caoutchouc, puis imprimées sur papier. Le principe a été inventé en 1875 par Robert Barclay et adapté au papier par Washington Rubel en 1904. Mais la création de plaques offset a été complexe et onéreuse et ce n'est qu'à partir de 1971 que l'impression offset s'est généralisée.

La dernière étape dans l'évolution technique de l'imprimerie constitue l'impression digitale. Les imprimantes afférentes ont été présentées dans le chapitre 2.2.3. Il faut seulement s'imaginer que dans le présent contexte ces machines numériques sont plus encombrantes et plus performantes que les imprimantes présentées, mais les technologies sont les mêmes.



Musée de l'imprimerie à Grevenmacher

Je conseille aux lecteurs qui s'intéressent plus particulièrement pour les technologies d'imprimerie de visiter l'exposition permanente « Gutenberg Revisited », hébergée dans le musée « kulturhuef » à Grevenmacher ». Cette exposition des techniques d'impression, ouverte depuis juillet 2018, établit un parallèle entre l'invention de la presse à

caractères mobiles et la numérisation comme deux tournants majeurs dans l'histoire des sociétés. Le musée abrite une collection impressionnante de machines historiques, dont deux sont particulièrement mises en valeur : la « Linotype », qui a révolutionné la composition au plomb, ainsi qu'une presse originale de type « Heidelberger », qui représente l'aboutissement du développement des presses à platines.

Dans les prochains sous-chapitres, nous allons découvrir la situation des imprimeries au Luxembourg. Sur le site web « industrie.lu » on trouve une liste de 45 imprimeries luxembourgeoises créées entre 1802 et 1950. En 2022, le « Business Guide Paperjam-Delano » a publié une liste de 42 imprimeries actuellement actives au Luxembourg. La similitude des deux chiffres cache le fait qu'il ne s'agit pas des mêmes entreprises. Le métier de l'imprimeur a complètement changé les dernières décennies. Parmi les 45 imprimeries créées avant 1950, une seule existe encore aujourd'hui : Editpress à Esch-Alzette, fondée en 1913.

Imprimerie Saint-Paul et Luxemburger Wort

L'imprimerie Saint-Paul est liée intimement au quotidien « Luxemburger Wort ». Ce journal vient de fêter son 175^e anniversaire le 23 mai 2023. À cette occasion, un cahier spécial a été distribué à tous les abonnés.

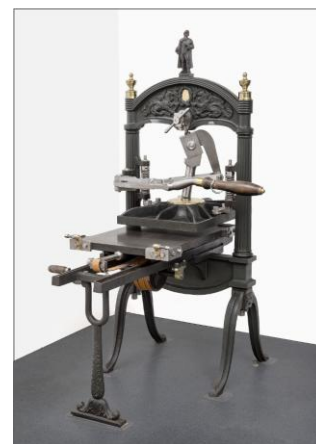
Le premier numéro du « Luxemburger Wort » a été publié le jeudi 23 mars 1848 par une communauté catholique. Au début, le journal paraissait deux fois par semaine. Progressivement, le nombre de parutions a été augmenté. En 1864, le journal a été publié six fois par semaine, en mille exemplaires. Le premier rédacteur en chef était le prêtre allemand Eduard Michelis. Ses successeurs étaient l'abbé Nic Breisdorff de 1855 à 1885, puis le vicaire général Jean-Baptiste Fallize de 1885 à 1887.



Luxemburger Wort 175 Joer

ordonnance de la justice, les droits d'impression ont été confiés à Louis Schamberger.

Peu après, c'était l'éditeur Johann Hary qui imprimait le journal dans ses locaux situés dans la rue de la Côte d'Eich, près de la place du théâtre. Pour travailler dans un environnement stable, les responsables du « Luxemburger Wort » décidaient la création de leur propre maison d'édition et imprimerie. Par acte notarial du 20 novembre 1886, une société sous la forme anonyme, au nom de « Sankt-Paulus-Gesellschaft », a été fondée pour la diffusion de la presse catholique. Les associés étaient Johann Hary, Henri Nepper, Nicolas Ensich, André Welter, Pierre Kemp, Victor Thibeau, Louis Held et Jean-Baptiste Fallize. Johann Hary détenait la majorité du capital et il apportait en nature les installations de son imprimerie. En 1889, les premiers dessins au trait ont été publiés dans le journal. À la fin du 19^e siècle, quelques machines d'impression avec cylindres ont été ajoutées au parc des machines existantes. Après le décès de Johann Hary, c'est la diocèse qui a hérité les parts de l'imprimerie Sankt-Paulus.



Machine d'impression Dingler



Luxemburger Wort du 20 mars 1906

Les premières éditions du « Luxemburger Wort » ont été publiées par l'imprimerie Behrens fils, localisée à Luxembourg, 243, rue de Genistre, sous la responsabilité de Gaspard Rodenborn. La machine d'impression était du type « presse à platine », fabriquée par les ateliers Dingler à Zweibrücken. Ces machines étaient plus performantes que les presses Stanhope. Comme l'imprimeur était considéré comme éditeur responsable du contenu du journal, suivant la loi sur la presse en vigueur à l'époque, il y avait régulièrement des conflits entre la rédaction et l'éditeur, ce qui conduisait à des changements fréquents de l'imprimerie sur décision des responsables du « Luxemburger Wort ». En 1850, c'est Franz Rehm qui prenait la relève. Il a été relayé par Johann Hugo Florian en 1854, une année plus tard par J.F. Schmit-Brück. Entre 1856 et 1884, l'impression du journal a été assurée par Peter Brück. Une dispute entre la rédaction et l'imprimeur se terminait devant les juges. Par

Dans son édition du 20 mars 1906, le « Luxemburger Wort » présentait l'introduction de la première rotative dans l'imprimerie Sankt-Paulus qui avait déménagé en 1905 de la place du théâtre vers la rue Siegfried (renommée plus tard rue Origer) au plateau Bourbon. Le constructeur était la fabrique allemande renommée de machines d'impression Frankenthal (Albert Cie.). La rotative avait une capacité de production maximale de 15.000 journaux à quatre pages par heure. La largeur du papier sur la bobine mesurait 58 cm, la longueur était entre 7 et 9 kilomètres. Le fonctionnement de la machine était également décrit en détail. Au sujet des plaques d'impression, on pouvait lire par exemple le texte suivant :

« Sehr interessant ist auch die Herstellung der halbzylinderförmigen Stereotypplatten, mit welchen jetzt an Stelle des ursprünglichen Satzes gedruckt wird. Zu diesem Zwecke wird der fertige

Satz je einer Seite in einen eisernen Rahmen gespannt, mit einer dünnen Lage der sogenannten. Matrizenpappe (une Art Carton), die aus Seidenpapier, Schreibpapier und Kleister besteht, bedeckt, und unter une Walze (Kalander) hindurch gedreht, sodaß sich sämtliche Buchstaben des Satzes in die weiche Masse abdrücken. Dieser Abdruck, den man bereits deutlich lesen kann, wird nun in einer Trockenpresse gehörig getrocknet, sodaß er schließlich aussieht, wie eine Platte von Papiermaché. Hierauf wird er mit der Schrift nach innen in eine halbzylindrische Form gebracht und sodann mit einer flüssigen Bleilegierung (Schriftmetall) ausgegossen. Die hierdurch gewonnene halbgebogene silberglänzende Druckplatte zeigt auf ihrer Außenseite nun die getreue Nachbildung des ursprünglichen Satzes. »

En 1915, le nom de la société devient bilingue avec l'ajoute d'« Imprimerie Saint-Paul (ISP) ». La première rotative était en service pendant presque 50 ans. Pendant toute cette période, des extensions et modernisations ont été effectuées. À partir de 1912, on pouvait utiliser une couleur à côté de l'encre noire. Une première photo a été publiée en 1921. Des rubriques régulières sur différents thèmes ont été introduites progressivement.



Édition spéciale février 1937

En février 1937, le Luxemburger Wort a publié une édition spéciale de 8 pages pour le 50^e anniversaire de l'ISP, avec un reportage très détaillé sur l'histoire de l'imprimerie et du journal.

Dans le « Luxemburger Wort » du 1^{er} décembre 1955 figure un article au sujet de l'inauguration d'une nouvelle rotative installée en 1955. Pour pouvoir héberger convenablement la nouvelle presse, il a fallu procéder à d'importantes transformations à l'intérieur de l'immeuble, rue Origer. En outre, un vaste magasin pour pouvoir y loger les provisions très importantes de papier à imprimer a été construit rue Michel Welter. La nouvelle presse a été fournie et installée par les firmes Graphicart et par Winkler Fallert & Cie (WiFag) de Berne. WiFag était le seul constructeur de rotatives en Suisse. La machine faisait jusqu'à 20.000 rotations par heure. Au niveau des dimensions,

elle n'avait rien de commun avec la première rotative, mise en service en 1906. La hauteur et la largeur étaient plutôt comparables à une petite maison unifamiliale. Une extension, combinée avec un nouveau bâtiment dans la rue Bourbon, a été inaugurée le 27 février 1965.

La rotative WiFag n'a pas eu la même durée de vie que sa prédécesseuse. Mais avant de raconter les aventures de celle qui l'a succédé, il convient de présenter les personnes qui ont succédé à Johann Hary pour diriger l'ISP. Par ordre chronologique, les directeurs de l'imprimerie étaient Jean Origer (1920-1940), Camille Kasel (1945-1958), Alphonse Turpel (1958-1971), André Heiderscheid (1971-1994), Paul Zimmer (1995-2003), Charles Ruppert (2003-2006), Léon Zeches (2006-2009), Paul Lenert (2009-2013) et Paul Peckels (> 2013). Quelques directeurs de l'ISP ont exercé simultanément ou successivement les fonctions de rédacteur en chef du « Luxemburger Wort », notamment André Heiderscheid et Léon Zeches. D'autres rédacteurs en chef étaient Marc Glesener (2010-2012), Jean-Lou Siweck (2013-2017) et Roland Arens (> 2017).

Au début des années 1970, il était temps d'envisager de faire le saut vers la photocomposition et vers l'impression offset dans le monde des imprimeries. Comme il s'agissait d'un investissement de taille, André Heiderscheid a rencontré les directeurs des autres imprimeries pour sonder la possibilité



Vue d'en face d'une rotative WiFag

de mettre en place une rotative offset mutualisée pour publier les différents quotidiens sur une même machine. Mais les négociations ont échoué à cause des divergences concernant le format et les créneaux horaires. Lequel des quotidiens serait mis sous presse en dernier avec l'avantage de sortir le plus frais le lendemain matin ? Est-ce que les quotidiens ne vont pas perdre leur identité avec une uniformisation du format ? À ces questions fondamentales, s'ajoutaient des difficultés techniques et des différends idéologiques et chaque groupe a continué à passer son chemin seul. Une chance unique a été manquée pour mettre les quotidiens luxembourgeois sur des fondations solides.

À la fin des années 1970, l'ISP a transféré ses activités du plateau Bourbon à Luxembourg-Gare dans la zone industrielle à Gasperich. André Heiderscheid a raconté en mai 1979, dans une édition spéciale du « Luxemburger Wort », publiée pour la foire de printemps, l'aventure où les caractères au plomb ont été abandonnés au profit de la photocomposition et où le procédé typo a été remplacé par l'offset. Dans la même édition Léon Zeches et les journalistes Lucien Gretsches et Raymond Schmit ont présenté la nouvelle machine rotative à journaux GOSS Metroliner, un prototype à l'époque, et les autres outils pour imprimer dorénavant le « Luxemburger Wort ». L'ISP comptait alors 320 employés et 125 distributeurs de journaux.



Imprimerie Saint Paul - Gare



Imprimerie Saint Paul - Gasperich

C'était devenu une des imprimeries les plus grandes, les plus modernes et les plus efficaces dans un rayon qui dépassait largement les frontières du Grand-Duché. Le parc des machines a été continuellement modernisé et étendu en fonction des besoins et de l'évolution de la technique et le nombre de salariés de l'IST n'était pas loin de mille. En 1998, la machine GOSS a été remplacée par un nouvel outil de production Colorman, un monstre qui pesait 575 tonnes. Le fonctionnement de cette imprimante au début des années 2000 est illustré dans deux films, réalisés pour le groupe Saint-Paul par Robert Grossklos et

par François Sales. Au lieu d'améliorer la rentabilité de l'imprimerie, cet investissement de 2 milliards de francs luxembourgeois n'a généré que des pertes annuelles supplémentaires.

L'ISP et l'Entreprise des P&T (EPT) ont fondé en 1997 la société Infomail S.A. qui a connu un succès rapide avec son concept de folder « i-mail ». Des dépliants publicitaires d'annonceurs, imprimés par l'ISP, assemblés dans un sachet en plastique pour garantir la propreté du contenu, ont été distribués hebdomadairement par l'EPT, selon le principe du « toutes boîtes ». Par le terme « toutes boîtes » on désigne les boîtes aux lettres résidentielles qui ne mentionnent pas explicitement le refus de telles publicités moyennant une étiquette du type « pas de publicité ». Selon la dernière étude Plurimedia 2022, l'audience moyenne de l'i-mail s'élevait à 177.800 lecteurs chaque semaine.



Impression Luxemburger Wort

Dans le bulletin d'informations internes (BII) 2/82 l'administration des P&T a présenté le projet de mise en place d'une messagerie postale pour la distribution des quotidiens luxembourgeois. Après de longues discussions, le démarrage partiel de la messagerie postale a eu lieu le premier février 1988. Mais ce n'est qu'en juillet 2006 lors de l'entrée en fonction du nouveau centre de tri postal à Bettembourg que tous les éditeurs ont adhéré au projet et que la totalité des journaux quotidiens a

été distribué par la messagerie postale. Tous les anciens porteurs de journaux, employés par les imprimeries, ont été intégrés, sous le statut d'ouvrier de l'État, dans les équipes de l'EPT. Les négociations entre éditeurs et EPT avaient duré plusieurs années afin de régler tous les détails pour garantir la remise des quotidiens, avant 6h30, à tous les abonnés.

Dans le domaine de la distribution des quotidiens, la mutualisation a donc finalement fonctionné, 35 ans après l'échec des discussions pour la mutualisation de l'impression.



Sachet i-Mail avec publicités

La baisse des abonnements du « Luxemburger Wort » et l'érosion des recettes publicitaires avaient amené Paul Peckels en 2017 à contacter la direction d'Editpress en vue d'une éventuelle impression du « Luxemburger Wort » sur leur rotative, afin de réduire les coûts. Il n'a pas été accueilli les bras ouverts.

Le 1^{er} janvier 2020, l'activité d'édition de livres a été arrêtée par l'ISP et reprise par les Éditions Schortgen.

Suite à la séparation entre l'État et l'église catholique, officialisée en 2018, l'actionnaire de l'ISP avait besoin de moyens pour financer l'entretien des églises, appartenant à la diocèse, ainsi que la rémunération des

nouveaux prêtres. C'est une des raisons pourquoi l'ISP a été vendue au groupe belge Mediahuis en juillet 2021. Paul Peckels est devenu le CEO du nouveau propriétaire Médiahuis Luxembourg et les rédactions et services administratifs ont déménagé dans le nouveau bâtiment « Show » à Howald.

Pour réduire les déchets, une nouvelle directive européenne interdit désormais le dépôt et la distribution d'imprimés publicitaires à vocation commerciale dans les boîtes aux lettres, sans accord préalable formel du destinataire. En anticipant la transposition en droit national de cette directive, Infomail a décidé de mettre fin à ses activités de distribution des folders publicitaires i-mail à compter du 30 juin 2022. Sans cette activité d'impression, l'ISP n'était plus rentable.

Le 26 avril 2022, Paul Peckels annonçait que les activités d'impression au Luxembourg seraient arrêtées et que le Luxemburger Wort serait désormais imprimé en Belgique. L'édition du lundi 4 juillet 2022 était la dernière à sortir des machines d'impression rotative à Gasperich et l'édition du 5 juillet 2022 était la première qui a été produite par l'imprimerie Mediahuis à Paal-Beringen en Belgique. Thierry Corsini a été portraité dans une vidéo « Le Dernier Quart » comme doyen et représentant de l'équipe en charge de la dernière impression à Luxembourg. Comme dans le passé, la distribution du Wort aux abonnés est assurée par la messagerie de POST Luxembourg. L'ancienne machine d'impression Colorman a été démantelée et les composants sont vendus sur le marché des pièces détachées.

Le transfert de l'impression, accompagné d'une structuration interne sanglante, s'est fait dans la douleur et a marqué la fin d'une grande aventure qui avait commencé 175 années plus tôt. Fin 2022, les rédactions et services de Mediahuis ont changé une deuxième fois de locaux. Ils ont quitté l'Howald pour s'installer dans le bâtiment rénové du cigarettier Heintz van Landevyck à Luxembourg-Gare, apparemment pour des raisons de malfaçons et de moisissures dans le bâtiment « Show ».



Siège de Mediahuis Luxembourg

Editpress et Tageblatt

Fondé en 1913, Editpress est un groupe média leader au Luxembourg dont le siège se situe à Esch-sur-Alzette. Le premier métier du groupe est l'information. Depuis plus de 100 ans, Editpress est l'éditeur du quotidien Tageblatt, journal d'opinions de centre-gauche, à orientation humaniste, progressiste et pro-européenne. Au fil des années, l'éditeur du Tageblatt s'est transformé en un groupe multi-médias, éditeur de quotidiens en langue allemande et en langue française, de magazines et de sites internet d'information. Editpress a également diversifié ses activités dans de nombreux métiers périphériques à celui de l'information, comme la régie publicitaire (Espace Médias), la communication (Comed), la gestion de la relation client (Ebos).



Editpress, 44 rue du Canal Esch-sur-Alzette



Imprimerie Editpress Op Sommet

Dans le passé, le siège social d'Editpress, avec l'imprimerie, l'administration et la rédaction, se trouvaient au numéro 44 à la rue du Canal à Esch-sur-Alzette. En 2001, des nouveaux locaux pour l'imprimerie ont été construits sur le site « Op Sommet ».

Lors de l'introduction de l'impression offset en 1978, Editpress avait remplacé son infrastructure de plomberie avec une rotative moins luxueuse que celle de l'ISP, mais du même fabricant anglais, une GOSS Suburban. À l'époque, Alvin Sold était le directeur général d'Editpress et il occupait cette fonction pendant 34 ans. En 2001,

Editpress a inauguré sa nouvelle imprimante KBA Colora, qui pèse 264 tonnes, dans les nouveaux locaux « Op Sommet ». Alvin Sold a été remplacé en 2011 par Danièle Fonck, elle-même fut suivie par Jean-Louis Siweck en 2018. En 2019, Editpress a dû enclencher un plan social suite à l'arrêt du journal « Jeudi », le seul hebdomadaire en langue française au Luxembourg. C'était seulement deux ans après la fête en grande pompe du 20e anniversaire de ce journal.

En 2020, le bâtiment classé d'Editpress à la rue du Canal a été vendu à un promoteur immobilier pour y réaliser 73 logements. L'année après, les rédactions et services administratifs ont déménagé à Belval. Depuis le départ de Louis Siweck pour prendre la direction de la Radio 100komma7 en septembre 2021, Editpress est dirigée par Jacques Eischen. Aujourd'hui, Editpress est le seul média qui dispose encore de son propre centre d'impression situé au Luxembourg. En moyenne, 553 565 journaux sont imprimés chaque semaine. Editpress emploie 381 salariés, dont 88 journalistes.

Imprimerie Centrale et Journal

Créée en 1961, l'Imprimerie Centrale (IC) s'était installée au cœur du quartier Hollerich-Gare à Luxembourg. Dès le début, elle a imprimé le quotidien « Journal » et l'hebdomadaire « Lëtzebuerger Land ». L'IC a obtenu dès 1964 le contrat d'impression du « Journal officiel de l'Union européenne ». En 1970, elle a adopté la technologie offset, à l'époque une révolution dans le monde de l'impression. Dans la suite, elle a anticipé tous les progrès du secteur, par exemple par l'introduction de l'impression digitale en 1997.

L'IC était la première imprimerie à recevoir les certifications ISO 9001 (en 2000), FSC (en 2005), PEFC (en 2007) et color management ISO 12647-2 (en 2007). En 2004, elle a obtenu l'agrément de professionnel du secteur financier. Pour la qualité de ses travaux, l'IC a reçu plusieurs récompenses : prix « Best Printer de Invercote » (en 2006), prix luxembourgeois de la qualité (2007), prix de l'Innovation de la FEDIL (en 2008) et « Best Printer Award de Sappi » (en 2009).



Roland Dernoeden

Titulaire d'une licence en sciences du travail de l'Université de Louvain, Roland Dernoeden dirige l'imprimerie comme président-directeur-général et administrateur-délégué depuis 1980.

Comme ses concurrents ISP et Editpress, l'IC a dû procéder en 2011 à une restructuration, accompagnée d'un plan social. La raison était la perte successive de deux contrats de fabrication du « Journal officiel de l'Union européenne » pendant les années précédentes.

Le 24 février 2021, l'IC a fêté son 60^e anniversaire dans ses nouveaux locaux à la Cloche d'Or. L'atelier de presses digitales, qui assure entre autres l'impression de documents sensibles et confidentiels pour le secteur financier, a déjà été déménagé en 2019. Au même moment, une nouvelle presse offset grand format, à huit couleurs, a été fournie et montée directement sur le site de la Cloche d'Or. Une fois cette presse opérationnelle, toutes les activités de l'impression offset et de la finition ont été transférées. Et finalement, c'est le personnel administratif qui a pris ses quartiers dans les nouveaux locaux.

Lors de la présentation du nouveau site, Roland Dernoeden a souligné que l'IC était en train d'élargir sa gamme de services et comptait se positionner davantage sur le marché du packaging pour s'adapter aux nouvelles habitudes des lecteurs et des consommateurs d'information. Une nouvelle activité intéressante constitue le « Letterpress ». Quatre jeunes créatives ont porté ce projet : les Girls on Press (girlsonpress.lu). Elles réalisent des produits imprimés à haute valeur ajoutée comme des cartons d'invitation haut de gamme, des cartes de vœux ou des carnets de notes sur des anciennes machines d'impression mécaniques. Cette activité est liée au patrimoine industriel et culturel.



Girls on Press

Maison Moderne

Maison Moderne, c'est l'évolution d'une entreprise unipersonnelle, fondée en 1994 par Mike Koedinger, vers la première entreprise média indépendante du Luxembourg. Mike Koedinger la qualifie comme suit : « C'est d'abord un éditeur de presse magazine spécialisé dans l'édition de contenu de qualité, avec un mode de distribution multicanal, qui vise des marchés de niche et des communautés bien identifiées ». Pour le dire autrement : « Maison Moderne édite les meilleurs magazines au Luxembourg et organise des soirées qui se font remarquer ».



Mike Koedinger

Pendant les dix premières années, c'était une multiplication des marques média : D'un côté « Explorator », « nightlife.lu » et « Nico » avaient une orientation lifestyle. De l'autre côté, « Paperjam » et « Index » étaient orientés business. Pendant cette période, il y avait déjà tout : du print, du digital et de l'événementiel.

En 2004 Paperjam a changé de formule, avec un format plus grand et une diffusion plus élevée : 20.000 exemplaires par édition. Les premiers clients comme le groupe Luxair et la Ville de Luxembourg ont passé commande à « Mike Koedinger Éditions (MKE) » pour éditer leurs propres

magazines. MKE avait des projets de développement à l'international, mais suite à la crise financière en 2009, ces plans ont été abandonnés pour se concentrer à 100% sur le marché luxembourgeois.

En 2011, les sociétés opérationnelles de MKE ont été fusionnées pour créer la nouvelle marque « Maison Moderne ». C'est sous ce nom que l'entreprise a célébré en 2014 ses 20 ans d'édition indépendante. Pour cet anniversaire, une brochure « Happy Inventory » de 512 pages, avec 2.287 photos, a été publiée.

Le portfolio actuel des publications de Maison Moderne est le suivant : Paperjam, Delano, Business Guide, Architecture + Real Estate, Foodzilla, City, Inflight, Gudd, hex.

Imprimeries des P&T

Lors de mon entrée auprès de l'Administration des P&T en 1978, elle disposait déjà d'un atelier d'impression interne pour imprimer des petits volumes de documents techniques et administratifs internes. Il manquait toutefois aux P&T une vraie activité d'édition pour se positionner en tant que prestataire de services, notamment à destination du secteur financier, pour tout ce qui se passe avant la mise sous enveloppe.



Equipements VBS à Bettembourg

Ce n'est qu'en 2007 que l'EPT prenait des initiatives afin de consolider et d'étendre l'activité au niveau postal autour d'une extension de la chaîne de valeurs, en amont et en aval. Le premier pas était la prise de 49% du capital de Victor Buck Services (VBS), en rachetant leurs parts aux deux actionnaires historiques, Nicolas Buck et Renaud Jamar de Bolsée. VBS avait été fondée en 2000 et était la première société agréée en tant que PSF (professionnel du secteur financier) dans le cadre de la loi d'août 2003 sur le secteur financier. En 2007, la société VBS était devenue une PME qui employait une petite centaine de

personnes et dont la clientèle venait des quatre coins du monde. Les actionnaires de VBS souhaitaient s'associer à un investisseur industriel pour créer un vrai échange de synergies. L'EPT était candidat idéal.

Le 29 juin 2007, le nouveau site de production de VBS, installé au cœur du nouveau centre de tri de l'EPT à Bettembourg, a été inauguré. Depuis cette date, tous les travaux d'impression de l'EPT (factures télécom, relevés CCP, rapports de gestion, etc) sont assurés par VBS. En septembre 2008 une filiale « VBS Asia » a été constituée à Singapour. Elle a été dirigée par Pierre Fauchereau jusqu'à fin 2014.

En 2012, l'EPT a augmenté sa participation dans le capital de VBS de 49% à 90%, et finalement à 100% en 2017.

Fin 2012, Edith Magyarics a été nommée directrice de VBS. Elle a occupé ce poste pendant presque neuf ans. Pour des raisons personnelles, elle est partie en 2021 pour rejoindre Pricewaterhousecoopers (PwC), en tant que directrice générale, responsable de la conception des opérations et de l'innovation produit. Elle a été remplacée comme CEO de VBS par Stéphanie Noël.



Stéphanie Noël (à gauche), Edith Magyarics

Fin 2013, VBS a intégré la société LEARCH (Luxembourg e-archiving), une autre filiale de l'EPT, qui était active dans la conservation de documents électroniques. La mise en commun de leurs compétences avait permis de constituer « une plateforme opérationnelle unique », installée dans des centres de données de niveau 4 d'EBRC, qui garantissent le plus haut niveau de sécurité physique. Il s'agissait du système d'archivage électronique le plus avancé du Grand-Duché. L'offre conjointe de VBS et de LEARCH présentait à ses utilisateurs un niveau de garantie et de qualité

encore inexistant sur le marché. À cette date, les deux sociétés employaient ensemble environ 175 personnes.

L'archivage électronique est la préservation de la valeur d'une copie numérique d'un document ou d'un original numérique. La nuance est importante, car une copie numérique est un document qui est passé par un cycle de dématérialisation. Il faut donc veiller à préserver l'intégrité, la lisibilité, la confidentialité et la traçabilité des documents numériques ou numérisés.



S. Raucq, M. Koutchouk, J. Glod

LEARCH a été constituée en 2009 comme société anonyme et Serge Raucq, ingénieur civil, a été désigné comme administrateur-délégué. En 2010, Stéphane Revel a été nommé directeur chargé de la gestion journalière. En 2011, l'EPT est entrée dans le capital de la société LEARCH et devenait le client le plus important, avec l'archivage de l'ensemble des virements qu'elle recevait chaque jour. Après son absorption par VBS, LEARCH a été rayée en 2014 dans le registre de commerce.

Serge Raucq a quitté VBS pour rejoindre Fujitsu qui fournit des équipements et logiciels pour l'archivage électronique. Actuellement, il travaille comme membre de la cellule « Archivage électronique » au « Centre des technologies de l'information de l'État (CTIE) ». Stéphane Revel a également quitté VBS et travaillait jusqu'à fin 2022 pour la Commission européenne comme chef architecte IT. Depuis janvier 2023, il est vigneron et gérant du domaine « Château de Rouffiac ».

Le 25 juillet 2015, une loi sur l'archivage électronique a été adoptée au Luxembourg qui s'était alors positionné comme un précurseur dans la matière, dans la mesure où aucune loi similaire n'existait en Europe. Cette loi dispose qu'une organisation peut procéder à une notification auprès de l'« Institut Luxembourgeois de Normalisation, de l'Accréditation, de la Sécurité et Qualité des Produits et Services (ILNAS) » en vue d'obtenir le statut de PSDC (Prestataires de Services de Dématérialisation ou de Conservation). La loi du 25 juillet 2015 désigne le « Département de la confiance numérique » de l'ILNAS comme organe de contrôle national d'un PSDC.

VBS a été la cible d'une cyberattaque, par sabotage interne, en août 2020, qui avait provisoirement rendu le traitement des virements papier impossible.

L'innovation la plus récente de VBS constitue la production d'antennes RFID et NFC, sous la marque Joaneo, sur un nouveau site de VBS à Foetz. Les antennes Joaneo sont destinées à diverses applications telles que l'authentification et la traçabilité d'objets dans les secteurs comme l'alimentation, l'industrie pharmaceutique et la santé en général, ou encore la logistique. Dans une approche locale et durable, l'ensemble de la production est réalisé depuis octobre 2021 au Luxembourg, de la conception au prototypage, jusqu'à l'impression des antennes NFC et RFID sur différents supports finaux. Le 3 mars 2022, le Grand-Duc héritier Guillaume a visité le site de production Joaneo à Foetz.



Impression antennes NFC et RFID Joaneo

Lentement, mais sûrement, l'EPT a ainsi tissé, au fil des années, sa toile sur l'économie luxembourgeoise, en particulier dans le domaine des technologies de l'information, de la communication et des finances, pour devenir un acteur incontournable sur ces marchés.

En ce qui concerne les fondateurs de VBS, Nicolas Buck et Renaud Jamar de Bolsée, ils ont créé fin 2012 une nouvelle société, appelée « Seqvoia ». Il s'agit d'une fabrique de logiciels pour les fonds d'investissements. Les deux hommes possèdent 66% du capital, les autres parts de 34% sont détenus par VBS. Les liens entre les deux sociétés sont restés étroits.



Nicolas Buck - Avanterra

Nicolas Buck a un diplôme en sciences économiques de l'Université de Bath et il est également ingénieur commercial de la Hochschule für Druck und Medien à Stuttgart. En 1995, il avait pris la tête de l'imprimerie Victor Buck, l'entreprise familiale, vieille de 150 ans, rebaptisée Qatena en 2008. En 2009, la société, qui avait délocalisé une partie de ses activités d'impression en Slovaquie, avait dû se résoudre à fermer son site luxembourgeois, à Leudelange. En 2004 Nicolas Buck avait été désigné entrepreneur de l'année, lors d'une cérémonie organisée par Ernst & Young. Il était président de l'« Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL) de 2016 à 2019 et président de la « Fédération des Industriels Luxembourgeois (FEDIL) » de 2019 à fin 2020.

Fin 2022, Nicolas Buck a annoncé le rebranding de Seqvoia en « Avanterra » pour donner une image plus claire à la société, pour mieux faire comprendre sa stratégie et pour mettre en évidence les valeurs qu'elle veut promouvoir. « Avanterra » signifie avancer sur terre ferme. La société occupe actuellement une quarantaine de personnes au Luxembourg et une dizaine à Londres. À côté du rebranding, Nicolas Buck annonçait la création d'une nouvelle société, « Palana Services », qui propose les technologies d'« Avanterra » en outsourcing. Le client n'a pas besoin de s'occuper de la technique. La société occupe une douzaine de personnes et elle est dirigée par Benjamin Collette, un expert des « managed services » auprès des « Big Four (Deloitte, Ernst&Young, KPMG et PwC) ».

Quant à Renaud Jamar de Bolsée, il a commencé sa carrière comme directeur commercial chez Xerox à Bruxelles. C'est un entrepreneur sériel dans différents domaines qui continue à fournir son expertise à toutes les entreprises qu'il a fondé ou cofondé, notamment à Avanterra.

Pour finir ce sous-chapitre, il convient de mentionner une activité d'impression plus terre-à-terre de POST Luxembourg, les « Managed Print Services ». Lancée en 2022, la solution intègre une gamme de 3 imprimantes multifonctions CANON, allant de l'A4 à l'A3, avec un contrat de type coût à la page. Grâce à son outil de monitoring Kpax, POST gère à distance l'ensemble de ses clients et peut ainsi les réapprovisionner en consommables, avant même que l'imprimante ne le demande.



POST managed print services

Autres imprimeries

Les dernières 15 ans, un quart des entreprises traditionnelles du secteur d'impression a disparu, et un tiers de ses emplois. Une concurrence internationale acharnée, la délocalisation en Europe de l'Est et l'avancée du numérique menacent la rentabilité des entreprises qui se trouvent forcées d'innover et d'investir.



Machines de l'Imprimerie Faber

On vient de lire dans le sous-chapitre précédent que l'imprimerie Victor Buck, une entreprise familiale, vieille de 150 ans, a été fermée en 2009. D'autres imprimeries de tradition, comme Kremer-Muller à Esch-Alzette et François Faber à Mersch, ont connu le même sort les dernières années. La faillite de l'Imprimerie Faber en 2015 est aussi l'histoire d'une entreprise familiale et de sa troisième génération, qui n'était plus à la hauteur des défis.

Mais il y a également des nouvelles imprimeries qui ont été créées. L'Association des Maîtres Imprimeurs du Grand-Duché de Luxembourg (AMIL), une association sans but lucratif fondée en 1906, regroupe actuellement une trentaine d'imprimeries, d'ateliers de reliure et d'ateliers

de sérigraphie occupant quelque 900 salariés. L'AMIL représente les intérêts de ses membres vis-à-vis des instances nationales, européennes et internationales, et elle est affiliée depuis de longues années à INTERGRAF (European Federation for Print and Digital Communication). Le président de l'AMIL, Jean-Paul Schmitz, fait partie du comité de la Fédération des Artisans, tandis que le vice-président, Roland Dernoeden, représente les intérêts de la branche graphique luxembourgeoise au sein du comité de la Chambre des Métiers.

Presse quotidienne

La presse quotidienne est une forme de publication périodique qui est publiée tous les jours ou presque tous les jours. Les journaux quotidiens peuvent couvrir une variété de sujets, tels que les actualités, la politique, les affaires, la culture, les loisirs, la météo, etc. Les journaux sont souvent considérés comme une source d'information rapide et actuelle, offrant une couverture détaillée des événements du jour ou de la veille.

La presse quotidienne peut être divisée en plusieurs catégories, telles que les quotidiens nationaux, régionaux ou locaux. Les quotidiens nationaux sont généralement publiés dans tout le pays et couvrent des sujets d'intérêt national, tels que la politique, l'économie et les événements majeurs. Les quotidiens régionaux ou locaux sont publiés dans une zone géographique spécifique et peuvent se concentrer sur des événements locaux, des actualités régionales, des sports locaux et des activités communautaires.

Les journaux quotidiens peuvent être imprimés sur papier ou publiés en ligne. Ils peuvent être achetés en kiosque ou par abonnement et peuvent être consultés en ligne gratuitement ou moyennant un abonnement.

La presse quotidienne joue un rôle important dans la société en tant que source d'information et de nouvelles pour les citoyens. Les journaux sont souvent considérés comme des gardiens de la démocratie, car ils peuvent surveiller les actions des gouvernements et des entreprises et informer le public sur les événements et les tendances importantes.

Romain Hilgert est l'auteur d'une publication du Service Information et Presse (SIP) du gouvernement luxembourgeois (Hilgert, 2004) de 250 pages éditées pour commémorer les 300 ans de la presse luxembourgeoise en 2004. Le SIP a publié en 2013 une brochure de 20 pages au sujet du paysage médiatique du Grand-Duché. Je me limite donc à résumer l'évolution de la presse au courant des vingt dernières années.



Quotidiens luxembourgeois

Quelques quotidiens ont disparu, par exemple « La Voix du Luxembourg » (dernière édition 30.9.2011), le quotidien gratuit « Point 24 » (de 2006 à 2012) et « Correio » (dernière édition en 2013). D'autres, comme le « Lëtzebuerger Journal », ont arrêté l'impression sur papier et se focalisent désormais sur la version numérique. Des nouveaux sont apparus, comme l'« Essentiel », un quotidien d'information générale qui est diffusé gratuitement au Luxembourg et dans la Grande Région moyennant des distributeurs installés à des endroits de grand passage. L'Essentiel est édité par une filiale du groupe Editpress depuis 2007.

L'étude la plus récente sur l'audience de la presse luxembourgeoise a été réalisée de septembre 2021 à juin 2022 par ILRES et KANTAR. Les résultats ont été publiés en mi-septembre 2022. J'ai assemblé les informations les plus pertinentes dans les tableaux qui suivent.

Presse quotidienne : audience moyenne par jour :

Journal	Site web	Lecteurs version papier	Lecteurs version électronique	Audience totale	Présence sur Facebook	Suiveurs sur Facebook
Luxemburger Wort	wort.lu	121.300	27.400	137.500	/wort.lu.de	72.135
L'essentiel	essentiel.lu	95.300	15.200	104.600	/essentielonline	155.222
Tageblatt	tageblatt.lu	26.100	5.300	30.300	/tageblatt.lu	28.524
Le Quotidien	lequotidien.lu	14.600	3.800	17.100	/lequotidien.lu	33.000
Zeitung vum Lëtzebuurger Vollek	zlv.lu	2.500		2.500	/brozlv	464



Journaux disparus : Point 24, Feierkrop, Le jeudi, La Voix, Journal (sous forme imprimée)

Hebdomadaires

Les hebdomadaires sont des publications périodiques qui sont publiées une fois par semaine. Ils peuvent couvrir une grande variété de sujets tels que les actualités, la politique, les affaires, la culture, les loisirs, la mode, la santé, etc. Les hebdomadaires sont souvent considérés comme une source d'information plus approfondie et analytique que les journaux quotidiens, qui se concentrent davantage sur les événements en temps réel. Les hebdomadaires peuvent également offrir des analyses de fond, des opinions et des reportages plus détaillés sur les événements et les tendances. Certains hebdomadaires sont de renommée nationale, tandis que d'autres se concentrent sur des sujets régionaux ou locaux. Les hebdomadaires peuvent être imprimés sur papier ou publiés en ligne, et peuvent être achetés en kiosque ou par abonnement.

Parmi les hebdomadaires disparus récemment, il faut citer « Le Jeudi » (en 2019) et le journal satirique « Den neie Feierkrop » (en 2018). Le tableau suivant présente l'audience des journaux qui ont survécu.

Hebdomadaires : audience moyenne par semaine

Journal	Site web	Nombre de lecteurs
Télécran	telecran.lu	57.400
Revue	revue.lu	36.600
Contacto	contacto.lu	32.500
D'Lëtzebuurger Land	land.lu	16.200
De Lëtzebuurger Bauer	centralpaysanne.lu	10.300
Woxx	woxx.lu	4.400

Mensuels et périodiques

Les mensuels et périodiques sont des publications qui sont publiées à intervalles réguliers, mais moins fréquemment que les journaux quotidiens et les hebdomadaires.

Les mensuels sont des publications qui paraissent une fois par mois. Ils peuvent couvrir une grande variété de sujets, tels que la politique, la culture, la technologie, les voyages, la santé, la cuisine, etc. Les mensuels offrent souvent des analyses approfondies, des interviews et des reportages détaillés sur des sujets spécifiques. Ils sont souvent considérés comme plus spécialisés que les hebdomadaires et les quotidiens, et peuvent être destinés à un public plus restreint.

Les périodiques, quant à eux, sont des publications qui sont publiées à intervalles réguliers, mais dont la fréquence peut varier. Ils peuvent paraître une fois par mois, tous les deux mois, trimestriellement ou annuellement. Les périodiques peuvent couvrir un large éventail de sujets, tels que la politique, l'économie, la culture, la science, la technologie, l'histoire, l'art, etc. Les périodiques peuvent offrir des analyses approfondies, des interviews, des reportages et des essais sur des sujets spécifiques et peuvent être destinés à un public spécialisé ou général.

Les mensuels et périodiques peuvent être imprimés sur papier ou publiés en ligne, et peuvent être achetés en kiosque ou par abonnement. Ils sont souvent considérés comme des sources d'informations plus approfondies et de références pour les lecteurs, ainsi que pour les chercheurs et les professionnels de différents domaines.

L'étude sur l'audience de la presse luxembourgeoise effectuée par ILRES n'inclut qu'une petite partie des mensuels et périodiques publiés au Luxembourg. Le tableau qui suit affiche les résultats afférents :

Mensuels et périodiques : audience moyenne par édition

Journal	Site web	Nombre de lecteurs
Paperjam	paperjam.lu	57.200
Auto Moto	wort.lu	40.900
Auto Revue	auto.revue.lu	35.000
Regulus	naturemwelt.lu	16.400
Merkur	cc.lu	11.900

Les titres de quelques autres journaux ont été relevés dans le sous-chapitre « Maison Moderne ». Des exemples de titres de mensuels ou périodiques, qui font partie des activités de communication externe d'entreprises ou d'institutions, ont été présentées dans le chapitre « 2.3. Communication interne et externe ».

Parmi les autres journaux de la presse papier, non répertoriés jusqu'à présent, il convient de mentionner les magazines suivants :

« Agefi Luxembourg » est un journal mensuel et quotidien luxembourgeois qui traite l'actualité financière, économique et européenne au Luxembourg. Il a été créé en septembre 1988 avec pour seul actionnaire Alfred Sluse. En 1989, plusieurs actionnaires institutionnels luxembourgeois, soucieux de doter la place financière du Luxembourg d'un journal exclusivement financier, rentrèrent dans le capital. Agefi est distribué 11 fois par an sur papier et plusieurs fois par semaine par newsletter ou sur Internet. Les archives d'Agefi Luxembourg constituent la base de données médiatique privée en ligne la plus ancienne à Luxembourg (1996). Depuis 2005 la gestion de Agefi est assurée par Adelin Remy qui en est l'éditeur.

« Femmes Magazine » est un magazine mensuel féminin qui se veut être le reflet de la société.

« Janette » est un magazine féminin gratuit, au ton jeune et dynamique, qui s'adresse à la femme active.

« Luxembourg féminin » est un magazine haut de gamme payant à parution trimestriel.

« Bold » est un magazine gratuit, lifestyle et urbain. Bold se présente comme suit sur son site web « boldmagazine.lu » : Média lifestyle de référence au Luxembourg et dans la Grande Région, Bold

est plus qu'un simple magazine. C'est avant tout un état d'esprit, une façon de penser, une sorte de « way of life » !

« Premium », le magazine des gentlemen extraordinaires, distribué dans 200 établissements sélectionnés.

« Luxembourg Wurst », journal satirique et humoristique pour expatriés.

« Silicon Luxembourg », magazine dédié aux nouvelles technologies et à l'économie numérique.

Parmi les éditeurs de périodiques, il y a également quelques entreprises qui ont dû arrêter leurs activités, par exemple Newmedialux avec ses magazines « Made in Luxe », « 352LUXMAG », et « Business Review » ou la société Luxuriant SA avec son magazine avant-gardiste « Luxuriant ».



Périodiques disparus : Business review, Made in Luxe, luxuriant, 352LUXMAG

À côté de la presse papier, il y a également la presse en ligne qui édite des quotidiens, hebdomadaires, mensuels ou périodiques sur le web.

Mediahuis Luxembourg publie « virgule », une sorte de « Luxemburger Wort » en français sur « virgule.lu », ainsi que « Luxembourg Times », une version anglaise disponible sur « luxtimes.lu ».

« Tout-Luxembourg » est un média indépendant qui publie l'agenda des événements qui se déroulent au Grand Duché de Luxembourg et des actualités plus spécialement à destination des frontaliers. Édité par la société « Add Valoris », le journal est accessible sous « tout-luxembourg.com ».

« Farvest » est une agence de marketing B2B luxembourgeoise, fondée en juin 2000, qui se consacre à du marketing sectoriel au Luxembourg et à l'étranger, notamment à la création de communautés, fédérées par des médias électroniques et des événements.

Il ne faut pas oublier les publications occasionnelles, éditées lors d'un événement particulier, comme l'anniversaire d'une entreprise, d'une institution ou d'une association. Certains exemples ont été passés en revue dans les chapitres précédents.

Réglementation de l'édition

La réglementation concernant l'édition peut varier selon les pays et les juridictions, mais elle est généralement conçue pour garantir la qualité et l'intégrité des publications, ainsi que la protection des droits d'auteur et la liberté d'expression. En général, les réglementations liées à l'édition comprennent :

Les lois sur le droit d'auteur, qui protègent les créations intellectuelles, y compris les livres, les articles, les images, les illustrations et les graphiques. Les éditeurs doivent obtenir les autorisations nécessaires pour utiliser des œuvres protégées par des droits d'auteur et respecter les termes de ces autorisations.

Les lois sur la diffamation, qui protègent les individus et les entreprises contre les allégations fausses ou diffamatoires dans les publications. Les éditeurs doivent éviter de publier des

informations fausses ou préjudiciables, et peuvent être tenus responsables des dommages causés par des publications diffamatoires.

Les réglementations sur la publicité et la promotion, qui peuvent inclure des règles concernant les affirmations trompeuses, les pratiques de vente agressives et les publicités destinées à des publics spécifiques, tels que les enfants.

Les réglementations sur la protection des consommateurs, qui visent à protéger les droits des consommateurs et à garantir la qualité et la sécurité des produits. Cela peut inclure des règles concernant les informations fournies aux consommateurs, telles que les avertissements de sécurité et les informations sur les ingrédients.

Les lois sur la vie privée et la protection des données, qui protègent la vie privée des individus et la sécurité de leurs informations personnelles. Les éditeurs doivent respecter les règles de confidentialité des données et ne pas divulguer des informations personnelles sans le consentement des individus concernés.

En résumé, les réglementations concernant l'édition ont pour objectif de protéger les droits des auteurs et des consommateurs, de préserver la qualité et l'intégrité des publications, et de garantir la liberté d'expression tout en respectant les droits et la vie privée des individus.

Protection du droit d'auteur

La définition du droit d'auteur qui suit a été formulée par ChatGPT en février 2023 :

Le droit d'auteur est une branche du droit qui concerne la protection juridique des œuvres de l'esprit. Il permet aux créateurs de contenus tels que les écrivains, les artistes, les musiciens et les cinéastes de protéger leurs œuvres contre toute utilisation non autorisée, notamment la copie, la distribution, la modification et la diffusion publique. Le droit d'auteur garantit également aux créateurs le droit de contrôler la manière dont leurs œuvres sont utilisées et de bénéficier de la valeur économique de leur travail. Le droit d'auteur joue un rôle important dans la promotion de la créativité et de l'innovation, en encourageant les auteurs à produire de nouveaux contenus et en protégeant leurs intérêts financiers.

Concernant la situation de la protection du droit d'auteur au Luxembourg, ChatGPT a fourni les précisions suivantes :

Le Luxembourg étant membre de l'Union européenne, la protection du droit d'auteur est principalement assurée par les directives et les règlements de l'Union européenne. Toutefois, il existe également des organismes nationaux et internationaux qui contribuent à la protection du droit d'auteur au Luxembourg, notamment :

Le Service de la propriété intellectuelle (SPI) est le service du ministère de l'Économie du Luxembourg qui est chargé de la protection de la propriété intellectuelle, y compris la protection du droit d'auteur.

La Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SACEM) est une société française qui a pour mission de protéger et de promouvoir les droits des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique. Elle représente les intérêts de ses membres au Luxembourg et dans d'autres pays.

La Société luxembourgeoise des auteurs (SOLA) est une association professionnelle qui représente les auteurs et les éditeurs luxembourgeois. Elle a pour mission de protéger et de promouvoir les droits d'auteur au Luxembourg et d'assurer la défense des intérêts de ses membres.

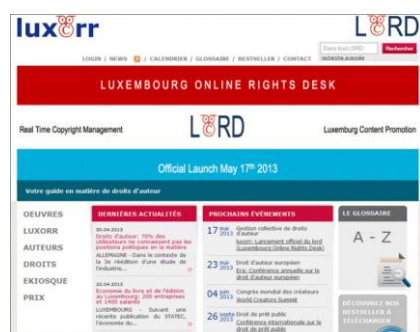
L'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) : L'OMPI est une agence des Nations unies qui promeut la protection de la propriété intellectuelle dans le monde entier. Elle offre

des services de dépôt et d'enregistrement de droits d'auteur pour les œuvres créatives au niveau international.

Ces organismes travaillent ensemble pour garantir une protection efficace et adéquate du copyright au Luxembourg et dans le monde entier.

J'ai informé ChatGPT qu'il n'a pas mentionné Luxorr, l'acteur le plus important au Grand-Duché. Sa réponse était qu'il ne connaît pas cette institution. Alors c'est mon tour de rassembler et de rédiger les informations à ce sujet et de compléter les informations de ChatGPT :

LA SACEM a été constituée en 2003 à Luxembourg et elle gère les droits d'œuvres sonores. La gestion des droits d'œuvres audiovisuelles est effectuée par l'ALGOA, créée en 1999. La SACD-SCAM, institué en 2009, est responsable pour la gestion des droits des œuvres dramatiques, c'est-à-dire les spectacles vivants. L'idée de la création d'une association qui gère les droits des auteurs et éditeurs d'œuvres littéraires et assimilées, dont font partie les articles de presse, remonte à 1994. La Fédération luxembourgeoise des éditeurs de livres revendiquait alors une amélioration de la protection des droits d'auteur. Cette démarche aboutissait à la rédaction d'une déclaration de principes sur la politique en faveur de l'édition et de la promotion du livre luxembourgeois, remise en février 1995 à la ministre des Affaires culturelles de l'époque, Erna Hennicot-Schoepges. Il fallait toutefois attendre jusqu'en 2003 pour que cette idée devienne une réalité, sous la forme d'une a.s.b.l. au nom de « Luxorr (Luxembourg Organization for Reproduction Rights) », abritée au sein de la « Confédération de Commerce (CLC) ».



Page web LUXORR 2013

Luxorr a été autorisée par le ministre de l'Économie du Grand-Duché de Luxembourg à gérer collectivement pour le compte de ses membres (auteurs et éditeurs) certains droits d'auteur liés aux œuvres protégées textuelles et picturales (livres, publications de presse...), notamment le droit de reproduction et le droit de prêt public. Si vous êtes utilisateur d'œuvres protégées, par exemple au sein d'une entreprise privée ou publique, la loi vous oblige à demander à Luxorr une autorisation (licence). Cette obligation est nécessaire pour de nombreuses utilisations, qu'elles soient analogiques (photocopies...), digitales (numérisation, diffusion sur intranet, extranet, Internet, réseaux sociaux...) ou autres (prêt en

bibliothèque/médiathèque...). Au-delà de la délivrance de licences d'utilisation d'œuvres protégées, Luxorr assume une mission d'information et de sensibilisation du public dans l'intérêt du droit de l'auteur. Finalement, Luxorr est légalement tenue de promouvoir la culture.

Luxorr a été présidée à l'origine par Albert Daming, alors président de la Fédération luxembourgeoise des éditeurs de livres. C'était en 1972 que Albert Daming et Jean Aulner avaient réalisé leur rêve de la création d'une librairie technique et scientifique. Pendant 40 ans, Albert Daming était le directeur de la librairie ainsi que des éditions Promoculture. En décembre 2012, Maggy Fantini a repris la librairie et avec ses collaboratrices Sylvie Ronck, Anaïs Matholet et Nadine Guden, elle suit la même voie que les fondateurs.

Après le départ d'Albert Daming, c'était Lucien Czuga qui a pris la tête du conseil d'administration de Luxorr en sa qualité de membre du Collège des auteurs. Lucien Czuga est surtout connu comme un des deux pères du héros de bande dessinée « Superjhem ». Roger Leiner, décédé en 2016, était le dessinateur de l'héro national « Superjhem », Lucien Czuga était le scénariste et il écrivait les textes. Le duo d'artistes a réalisé d'autres bandes dessinées, par exemple la série « De Pechert ».

Luxorr est membre fondateur de Luxcontent G.I.E., qui a été constitué en date du 4 juin 2014. Ce groupement a pour objet de développer au Luxembourg, en Europe et dans le monde, la promotion et la vente de contenus numériques et non numériques, produits prioritairement par ses membres auteurs et éditeurs luxembourgeois.

La direction journalière de Luxorr était assurée par Romain Jeblick jusqu'en mi-2022. Romain Jeblick a suivi des études aux universités allemandes de Trèves et Hagen. Il a publié de nombreux articles et ouvrages culturels, littéraires et techniques, notamment sur l'évolution de la société de l'information et des technologies numériques. Afin de sensibiliser le public, Romain Jeblick a été le cofondateur la « Société de l'Information Luxembourg (SIL) » et de l'« Association des Professionnels de la Société de l'Information (APSI) » en 2000. Il était également l'initiateur de Luxorr et le directeur de Luxcontent G.I.E., ainsi que le concepteur de « LORD ».

À l'occasion d'une conférence de presse dans les locaux de la Chambre de commerce en date du 17 mai 2013, Luxorr avait présenté sa « plateforme électronique LORD (Luxembourg Online Rights Desk) ». Le site web « lord.lu » a été lancé en 2017. C'était une sorte de boutique culturelle luxembourgeoise en ligne. Le site permettait d'acheter en ligne des livres luxembourgeois ou des éditions de journaux et de magazines.

Tous les grands éditeurs du pays étaient associés au projet. C'était une plateforme ouverte. Quiconque avait sorti un livre, pouvait participer. Pour toute commande, le livre était envoyé le lendemain, sans frais de livraison, depuis Mersch, où il y a une véritable boutique.



Logo LORD.lu



Gérard Scheiwen, Romain Jeblick (2021)

Sur le site « lord.lu », on pouvait aussi acheter les droits d'auteur, c.à.d. le droit, par exemple, de faire des photocopies d'un livre. En effet, quand on achète un livre, on achète un droit primaire, expliquait Lucien Czuga, le président de Luxorr. Le fait qu'on pouvait acheter sur un même site le droit primaire, c.à.d. le livre, et les droits secondaires, constituait une première mondiale. Des applications « mylord » pour les smartphones Apple et Android étaient également disponibles.

Au début de l'année 2023, le site web « lord.lu » n'était plus accessible et l'url était redirigé vers le site web « luxorr.lu ». Les applications « mylord » n'étaient plus disponibles sur l'AppStore ou sur GooglePlay. Suite à ma demande, le directeur actuel de Luxorr, Gérard Scheiwen, m'a informé que le shop « lord.lu » a été mis en sommeil jusqu'à nouvel ordre, à cause d'un conflit entre le « droit primaire » et le « droit secondaire » des œuvres présentées sur le site.