



ENTREPRISES

PHOTOGRAPHIE

PhotoWeb passe de l'argentique au jet d'encre pour réduire son empreinte carbone

L'imprimeur en ligne PhotoWeb, spécialiste français du tirage photo et des produits personnalisés, vient de mettre en production sur son site de Saint-Egrève (38), près de Grenoble, la Belharra, une presse numérique jet d'encre bobine-bobine, spécifiquement développée pour l'impression de photographies en haute productivité. Fruit d'un partenariat technologique de trois ans avec la jeune société Kyocera Nixka Inkjet Systems (KNIS), filiale française de Kyocera, cette machine marque une première mondiale dans le domaine de la photographie. PhotoWeb appartient au groupe Digital Photo Group qui réalise plus de 60 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel. L'ensemble de la production est localisé à Saint-Egrève, sur deux bâtiments totalisant quelque 5 000 m², et mobilise plus de 200 collaborateurs en haute saison. L'activité historique de l'entreprise repose sur le développement de la photo argentique, qui représente environ 30% des volumes produits (soit 70 millions de tirages par an) mais aussi 29% des émissions de gaz à effet de serre (GES) du groupe, selon son dernier bilan carbone. C'est de ce constat qu'est né le projet de développement de la Belharra. « Nous avons pris conscience que notre plus gros levier de décarbonation se trouvait dans le remplacement du procédé argentique, très gourmand en eau, en énergie et en produits chimiques », explique Clément Poursac, responsable RSE de PhotoWeb. La technologie de la Belharra permet d'imprimer à 50 m/min avec une qualité comparable à celle de l'argentique, sans recours à la chimie ni à l'eau de traitement. Développée par KNIS, cette presse s'appuie sur une maîtrise fine des têtes d'impression, de la formulation des encres et de la

compatibilité papier. Le procédé intègre également une gestion logicielle de précision et une ergonomie pensée en lien direct avec les opérateurs de PhotoWeb. « Nous avons été associés à toutes les étapes de la conception », souligne Laurent Boidi, directeur général de l'entreprise. L'idée était de créer une presse parfaitement adaptée à nos contraintes industrielles, mais aussi à nos exigences de qualité. Le résultat est bluffant. » La presse est conçue pour fonctionner sur des bobines de papier de 500 mètres et imprime en CMJN, sans pelliculage ni traitement post-impression. Une nouvelle ligne de découpe a été conçue en parallèle, en partenariat avec Imaging Solutions, afin de permettre la séparation automatique des tirages à haute cadence. La mise en production de la Belharra, intervenue fin avril 2025, a nécessité un investissement d'environ 2 millions d'euros, incluant la presse, la ligne de découpe et les développements logiciels associés. Les premiers résultats sont significatifs : une analyse de cycle de vie menée en interne montre une réduction moyenne de 60% des impacts environnementaux (émissions de GES, consommation d'eau, toxicité des eaux, etc.) par rapport au procédé argentique, pour une qualité perçue équivalente, voire supérieure, selon les premiers retours clients.

Une technologie non exclusive

PhotoWeb a fait le choix de ne revendiquer aucune exclusivité sur cette technologie, afin d'en accélérer la diffusion. « Nous avons déjà reçu des demandes de visite de la part de groupes au Japon, au Canada ou aux États-Unis », précise Laurent Boidi. Notre objectif n'est pas d'être les seuls à l'utiliser, mais, au contraire, de montrer que ce changement est possible et souhaitable pour l'industrie de

la photographie, et économiquement viable. »

Ce projet s'inscrit, en effet, dans une politique de transformation industrielle plus large, amorcée avec la participation des dirigeants de PhotoWeb aux projets de la Convention des entreprises pour le climat (CEC). L'entreprise prévoit de migrer 80% de sa production de tirages photos vers

la technologie Belharra d'ici à 2030.

En parallèle, PhotoWeb souhaite accompagner ses collaborateurs dans l'évolution de leurs compétences, en facilitant la transition de l'argentique vers le jet d'encre, tout en consolidant sa stratégie industrielle sur un marché en pleine mutation.

C. C.



Laurent Boidi, directeur général de PhotoWeb, entouré des techniciens spécialisés.