Imprimer avec plaisir et passion

Depuis qu'il a repris l'entreprise en 2005, son chiffre d'affaires a crû de 350%. « Je parcours tous les coins du pays pour y arriver », nous confie le directeur Erik de Gier. « Je n'ai pas de représentants car personne ne peut vendre ma boîte aussi bien que moi. Par contre, je m'embarrasse très peu des détails de production. »

Nous visitons la Drukkerij Manuel à Vaassen, près d'Apeldoorn (NL). L'entreprise comptait cinq personnes à ses débuts ; ils sont aujourd'hui quatorze. Il y a sept ans les installations ont été agrandies et leur surface doublée. Mais cet espace est devenu trop exigu à son tour et un magasin de 150 m² a dû être loué en face.

De Gier : « Le travail est dur et la pression sur les prix est forte. On peut s'en plaindre, mais cela n'y changera rien. Mieux vaut rester joyeux et agir. »

LES MEILLEURES PRESSES

Cette philosophie semble fonctionner. Une grande partie des presses travaillent pour l'instant en continu, avec plusieurs équipes. L'imprimerie dispose de trois Heidelberg Speedmaster 52 : deux-, quatre- et cinq-couleurs. Une benjamine, une SM 52-4, est arrivée en avril 2016. Elle est équipée d'un dispositif de lavage automatique des encriers, des blanchets et des cylindres de contrepression. Ce qui diminue significativement les temps de nettoyage.

Quand De Gier a repris l'imprimerie, le parc-machines avait une tout autre allure. « Nous travaillions avec une marque de troisième rayon. Nos conducteurs trouvent aujourd'hui leur sort enviable car les Heidelberg Speedmaster sont pour eux ce qu'il y a de mieux. Maintenant que nous avons remplacé la dernière presse, la flexibilité a grimpé en flèche en raison du niveau optimal d'interchangeabilité que nous avons atteint. La nouvelle presse est aussi de 20 à 30% plus efficace que l'ancienne. Prinect Pressroom Manager et Prinect Integration Manager apportent également leurs pierres à l'édifice. »

MISER SUR LA VALEUR AJOUTÉE

Et de poursuivre : « Nous produisons en interne la quasi-totalité de nos imprimés, ce qui explique le niveau de notre valeur ajoutée, que je situe entre 55 et 65%. Nous sous-traitons très peu, même s'il s'agit de 300.000 feuillets. Nous ne nous tournons vers les collègues que lorsque c'est techniquement impossible pour le prix convenu. Au cours des années, nous avons noué d'excellentes relations avec des imprimeurs actifs dans les grands formats. Nous gardons le façonnage simple et ne faisons appel à des firmes spécialisées que pour les cas complexes. J'ai externalisé la livraison de nos imprimés auprès de GLS, à ma totale satisfaction. Un système de géolocalisation nous permet de savoir en permanence où en sont nos expéditions. »

UNE CLIENTÈLE FIDÈLE ET DIVERSIFIÉE

« Parce que nous travaillons bien et que nos prix sont corrects, nous nous sommes constitué un cercle de clients loyaux de quelque 700 entreprises et institutions. Aucun client ne représente plus de 6% de notre chiffre d'affaires. Cette répartition est aussi intelligente qu'utile : si un donneur d'ordre disparaît, la perte n'est jamais vraiment douloureuse. Le type de clientèle est, lui aussi, très diversifié. Cela va des bureaux de publicité aux PME régionales, en passant par un grand hôpital et une chaîne nationale de magasins de mode. Nous déchargeons nos clients de tous leurs soucis en matière d'impression. Cela marche si bien que nos clients sont devenus nos ambassadeurs. »
Un exemple ? « Pour un hôpital important, nous avons mis en place un site de commande en ligne, de manière à permettre une prise en charge rapide et efficace des imprimés courants. Nous avons développé ce système nous-mêmes. Bien sûr cela coûte du temps et de l'argent, mais cela nous garantit une collaboration durable avec le client. »

LE FUTUR ?

De Gier est depuis une trentaine d'années dans le business. Lui, qui a débuté comme élève-imprimeur, déborde toujours d'enthousiasme. Il montre avec enthousiasme et fierté quelques-unes des réussites de la Drukkerij Manuel. Comment garde-t-il le feu sacré ? « Bien sûr, il m'arrive d'être fatigué des tracasseries sur les prix et les salaires. Pour garder le plaisir, il m'arrive de travailler de chez moi. Je trouve toujours formidable de m'occuper d'imprimés. J'espère pouvoir le faire encore longtemps. »