

IDENTIC

Imprimer sa marque

Pour croître sur leur marché très concurrentiel, les imprimeries doivent sans cesse rendre de nouveaux services.

Avec ses solutions en ligne, Identic entend gérer l'ensemble des travaux d'impression de ses clients à moindre coût.

Guy Van den Noortgate

Dans un secteur en perpétuelle évolution, les imprimeries digitales doivent sans cesse remettre une nouvelle copie à leurs clients. Une nouvelle copie qui s'accompagne souvent de nouveaux services numériques dans le but de se différencier sur un marché très concurrentiel. C'est l'axe de développement qu'a emprunté une jeune PME bruxelloise, qui déménagera cet été afin de poursuivre sa croissance. «Identic a été lancée au début des années 1990 en plein boom des *copy shops*, rappelle l'administrateur délégué Thierry Paquit, qui a rejoint l'entreprise au début des années 2000. Elle a connu une belle progression durant une dizaine d'années mais le marché a évolué avec l'apparition de technologies de plus en plus performantes. Les entreprises se mettaient à imprimer leurs dossiers en interne... Il fallait donc nous adapter.»

En 2003, Thierry Paquit redéfinit la stratégie d'Identic. Ayant évolué pendant une vingtaine d'années dans différentes multinationales, le nouveau patron connaît bien leurs besoins et les problèmes qu'elles rencontrent. «Toutes les sociétés achètent des prestations d'impression pour des besoins extrêmement variés, explique-t-il. Qu'il s'agisse de brochures marketing, de cartes de visite, d'enveloppes, de papier à lettre, on constate que le coût de ces prestations pris individuellement est peu élevé mais sur une base annuelle et consolidée, il peut très rapidement gonfler. Nous avons donc mis en place une offre de services qui permet aux entreprises de sous-traiter l'achat et la gestion de l'ensemble de leurs travaux d'impression.» Baptisé *print broking*, ce service peut s'appuyer sur une vingtaine d'imprimeries partenaires en offset. Un service disponible via la Toile avec le système *web to print* qu'Identic a développé.

Cette plateforme en ligne permet de mieux gérer les processus d'impression. Ainsi, Identic pilote l'ensemble des impressions de manuels d'utilisation pour le fabricant d'engins de chantier Bobcat. «Cela représente quelque 20.000 documents par an gérés sur base de 6.000 fichiers différents selon la langue et l'outil, détaille Thierry Paquit. Le système *web to print* permet de réduire et de clarifier les coûts. Nous l'adaptions selon les demandes et besoins spécifiques de nos clients.» Parmi les



THIERRY PAQUIT, ADMINISTRATEUR DÉLÉGUÉ D'IDENTIC
«La plateforme numérique d'impression que nous avons développée permet de réduire les coûts de nos clients.»

clients d'Identic qui passent par la plateforme numérique, on peut citer, outre Bobcat, Toyota Online Publications, AstraZeneca et l'Écam.

Les services de *print broking* et de *web to print* se sont ajoutés avec succès à la classique impression à la demande et ont permis à Identic, qui emploie une vingtaine de personnes, de pratiquement doubler son chiffre d'affaires en quatre ans : de 2,2 millions d'euros en 2003, il est passé à 4 millions l'année dernière. ■

WWW.IDENTIC.BE