

Le magazine des professionnels de l'imprimé

Caractère

Caractère – Novembre 2021 – N°790

ILLE-ET-VILAINE

Passion Graphic crée son propre réseau

◆ **En partenariat avec Ecoffi Software, l'imprimerie lance un flux web-to-print doté d'intelligence artificielle.**

Robin Cathelineau dirige l'imprimerie Passion Graphic, installée à Roissy-en-Brie (77), qui compte 27 salariés et a généré environ 4 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2020. Pour se préparer à la reprise post-confinements, il vient de boucler un plan d'investissement de près de 500 000 euros portant essentiellement sur du matériel numérique. Après une table de découpe numérique Duplo PFI Blade B2+, un système de coupe et de rainage du même constructeur et une rainuse-perforeuse-plieruse Digi-



Robin Cathelineau, directeur de l'imprimerie Passion Graphic.

HAUTE-GARONNE

Fold Pro de Morgana, c'est une HP Indigo 7900 qui est arrivée le 28 septembre dernier. « Il s'agit d'une machine de production déjà éprouvée, explique le chef d'entreprise. Avec ses 7 couleurs, elle imprime un spectre très large et absorbe beaucoup de supports que l'on ne traitait pas en numérique. C'est donc un élément de développement important. »

Des raisons d'être optimiste

Travaillant beaucoup pour l'événementiel, en particulier pour les salons, Passion Graphic a logiquement souffert de la crise sanitaire. Si la reprise se fait déjà sentir par le nombre croissant des devis demandés, le carnet de commandes de l'entreprise n'est, en ce début d'automne, et selon son dirigeant, rempli qu'à 80 % de son niveau d'avant la crise. Pour autant, Robin Cathelineau a des raisons d'être optimiste. Il a en effet lancé officiellement, le 27 septembre dernier, la commercialisation d'un flux web-to-print inédit dédié à l'impression sur mesure, développé en partenariat avec Ecoffi Software, l'éditeur de

l'ERP MasterPrint. Baptisée Andoogle, cette plateforme a déjà porté ses fruits en permettant à Passion Graphic de décrocher un gros marché. « Nous avons vendu à EDF la possibilité de gérer son sourcing auprès de 60 imprimeurs dans toute la France et ainsi d'imprimer au plus proche du destinataire », précise le dirigeant.

Trois offres d'abonnement sont proposées selon que vous êtes imprimeur, agence de communication ou gestionnaire de web-to-print. Andoogle est en effet un outil au service de la profession et n'a pas vocation à être en relation avec le client final. Il permet aux imprimeurs abonnés à la fois de générer des commandes de la part de leurs confrères partenaires et de gérer leur propre sous-traitance, quels que soient les volumes et la technicité. « Imaginez, reprend Robin Cathelineau, je suis imprimeur, un client me demande un devis, mais je n'ai pas les machines pour y répondre de façon performante. J'interroge Andoogle qui lui-même sollicite les robots deviseurs MasterPrint des 60 imprimeurs partenaires, toutes technologies confondues (roto, feuille, numérique).

Dans la minute, j'obtiens, dans mon panier, trois ou quatre devis correspondant à ma demande, sélectionnés par intelligence artificielle, avec des technicités et des délais différents. Cerise sur le gâteau, une option RSE est proposée, qui permet d'obtenir deux prix, l'un classique, l'autre garantissant une impression à proximité du lieu de livraison. » « C'est cela qui a plu à EDF et qui m'a permis d'emporter 100 % du marché, explique l'inventeur. Entre garder 30 % du marché d'EDF et faire travailler mes confrères, ou en avoir 0 % tout seul, mon choix était évident ! Naturellement, cela pousse à l'industrialisation et à la spécialisation des process. Il s'agit d'être très performant dans certains domaines, plutôt que d'accepter des commandes où la marge est faible, car on ne dispose pas des machines et des compétences adéquates. Je pense que l'intelligence artificielle d'Andoogle va révolutionner à la fois la relation client (la gestion de l'offre commerciale), et, intellectuellement, le métier de l'imprimeur. »

CHRISTOPHE COLIN