

Cadrat d'or numérique 2012 décerné par la Compagnie des chefs de fabrication de l'imprimerie (CCFI), la société parisienne ADM articule son développement autour de trois concepts étroitement associés : l'impression numérique, les courts tirages et les travaux en direction du secteur du luxe. Une recette couronnée de succès tout au long de cette année, et qu'elle entend faire fructifier.

Par Rodolphe Pailliez

ADM

Le luxe en guise

Le 20 juin 2012, la société ADM (Agence dupli média) était l'une des dix imprimeries françaises à témoigner au Symposium de l'impression numérique, organisé à Paris par le Syndicat de l'impression numérique et des services graphiques (SIN). Loïc Maiche, son directeur fondateur, avait alors présenté les spécificités de son entreprise sur le marché de l'impression numérique (lire « Numérique : paroles et portraits d'imprimeurs », France Graphique n° 324, septembre-octobre 2012, p. 16).

Si l'association entre impression numérique et courts tirages ne constitue pas une surprise, le fait d'y adjoindre celle du luxe débouche sur

une démarche originale, suffisamment remarquable pour que, le soir même de ce Symposium, la société ADM reçoive, de la part de la Compagnie des chefs de fabrication de l'imprimerie (CCFI), le Cadrat d'or 2012, version numérique. Cette journée avait ainsi permis à ADM de se faire connaître auprès de la profession, qu'il s'agisse des acteurs de la chaîne graphique ou de ceux de la filière numérique. Peu de temps auparavant, le papetier italien Fedrigoni avait déjà récompensé ADM d'un Top Application Award 2012, dans la catégorie des travaux réalisés sur presse HP Indigo.

Que ce soit avec la CCFI ou avec Fedrigoni, les impressions primées concernaient des réalisations desti-

d'ADN

nées principalement au luxe, notamment la maison de champagne Moët & Chandon, filiale du groupe LVMH. Cette implication dans le luxe remonte à une quinzaine d'années. Si elle procède, en premier lieu, d'une inclination personnelle du directeur pour ce domaine d'activité, celui-ci l'a, en parallèle, érigée en ligne de conduite, ce qui a séduit les acteurs du secteur. « J'ai toujours été à l'écoute des belles choses, affirme Loïc Maiche. Le fait de travailler dans ce domaine s'est fait naturellement. Cela correspond à une envie personnelle. Et, si ce n'est pas toujours le luxe, c'est au moins en relation avec le bel ouvrage. »

Cette passion pour la qualité de travail se double de la volonté de

mener une démarche respectueuse, incluant la gestion humaine, l'écoute des clients, la volonté de fidélisation, les échanges autour du papier, par exemple, entre fournisseur(s) et donneurs d'ordres, etc. Ainsi, les bons à tirer effectués sur place, dans les ateliers de la rue Eugène-Carrière, dans le 18^e arrondissement de Paris – au pied de la butte Montmartre –, constituent, à leur façon, des moments privilégiés. « Nous n'hésitons pas à ouvrir nos portes, à accorder notre confiance », affirme Loïc Maiche.

Si les outils de production ont leur importance, la réussite d'ADM est donc à rechercher au-delà de ces seuls investissements, tout numériques qu'ils soient. ■

Un parcours atypique

« Je suis monté à Paris sur un coup de tête », reconnaît Loïc Maiche. Lui, le Manceau qui se destinait plutôt à une carrière dans le monde de l'agriculture, entre alors « par hasard » comme commercial dans une imprimerie. Dès lors, il ne dévient plus de cette voie. Ayant toujours eu envie de créer sa propre société et de bénéficier d'une certaine indépendance, il fonde ADM en 1994. De ce qui n'est alors qu'une simple boutique de reprographie, Loïc Maiche va progressivement y adjoindre des compétences, avec un bureau de fabrication, une visibilité avec des locaux dans le 17^e arrondissement de Paris et des matériels toujours à la pointe, notamment des copieurs couleurs.



FICHE D'IDENTITÉ

- Date de création : 1994
- Nombre d'employés : 23
- Chiffre d'affaires : 3,8 millions d'euros
- Marchés : luxe (environ 60 % du chiffre d'affaires), bureaux de presse, etc.
- Certifications : Imprim'Vert, PEFC, FSC
- Territoire commercial : région parisienne



Incontournable numérique

Après avoir fait l'acquisition, en 2002, d'une première presse numérique Indigo E-Print, ADM a poursuivi dans cette voie : l'entreprise est désormais équipée de deux presses HP Indigo 3000 et 5000. Parallèlement à ces investissements en numérique, ADM a souhaité tout mettre en œuvre pour proposer, en supports, les papiers permettant de valoriser au mieux l'impression numérique et de sublimer les travaux de ses clients. Pour ce faire, ADM travaille en étroite collaboration avec le papetier italien Fedrigoni et son bureau en France. « C'est l'occasion de très beaux partages, s'enthousiasme Loïc Maiche. Les échanges autour du papier et avec les clients sont une façon d'être à l'écoute, de fidéliser les liens entre les uns et les autres. »

Entre offset et numérique

Dernier investissement en date dans le domaine de l'impression, la presse offset numérique 52DI de Presstek constitue, pour Loïc Maiche, l'intermédiaire parfait entre numérique et offset. Faisant auparavant appel à la sous-traitance pour le volet offset, ADM a non seulement trouvé là l'occasion de rapatrier une partie des travaux offset dans ses murs, mais aussi de rassurer certains de ses clients. « Jusqu'à cet investissement, certains avaient en effet tendance à ne pas nous considérer comme de véritables imprimeurs », confie-t-il. Cet investissement, réalisé il y a deux ans, a permis, d'une part, d'attaquer des tirages plus importants qu'avec les presses HP Indigo (au-delà de 700 à 1 000 exemplaires) et, d'autre part, de faire appel à des supports au grammage plus élevé.



Des bulles en or

Tout d'or vêtu, le dossier The Spirit of 1743, réalisé pour la maison de champagne Moët & Chandon, a eu à la fois les faveurs du Fedrigoni Top Applications Award et du Cadrat d'or de la Compagnie des chefs de fabrication de l'imprimerie (CCFI). Ce dossier, salué par des experts du monde du design et de la communication, séduit non seulement par sa qualité d'impression, mais aussi par le fait qu'il véhicule fidèlement les valeurs de cette prestigieuse maison, en l'occurrence « grandeur et générosité ». La tranche dorée des fiches grand format constituant ce dossier ainsi que les photos d'époque entremêlées de dessins poétiques participent du raffinement de ce travail.



En mode dossiers de presse

La « Collection Printemps – Été 2012 » de Petit Bateau et la campagne « Summer 2012 » de Celio faisaient partie des travaux soumis au jury de la Compagnie des chefs de fabrication de l'imprimerie (CCFI), et ont contribué à l'obtention du Cadrat d'or. Même s'ils ne renvoient pas directement à l'univers du luxe, ils se distinguent par leur très haut niveau de réalisation. Le « Summer 2012 » de Celio combine, en impression numérique, des reproductions en qualité photo sur un papier matière qui confère à celles-ci encore un peu plus de valeur ajoutée.



Ouverture sur la découpe

Au fil des années, ADM s'est équipé d'un atelier de façonnage doté de nombreux matériels: une pelliculeuse, une raineuse-plieuse, la reliure à spirales Wire'O automatique, le dos carré collé, un système de découpe automatique de cartes de visite et la microperforation, une assembleuse piquère à cheval avec module dos carré, la découpe d'onglets. Faisant appel à la sous-traitance pour les opérations de dorure et de gaufrage, en partenariat avec les meilleurs spécialistes du secteur à Paris, ADM réfléchit désormais à un investissement dans une table de découpe.

Exigence et confiance

« Nous sommes extrêmement exigeants envers nous-mêmes et toujours soucieux d'être très attentifs à nos clients et à nos fournisseurs, souligne Loïc Maiche. Grâce notamment aux connaissances de nos deviseurs et fabricants, à l'écoute et au souci de fidélisation de nos commerciaux, nous avons réussi, au fil des années, à gagner la confiance de nombreux acteurs du luxe, tels que L'Oréal, LVMH, Chanel, Pinault-Printemps-Redoute. » Les premiers pas, il y a près de vingt ans, dans le domaine de la simple reprographie sont désormais bien loin.



CONNECTEZ-VOUS !

Toute l'informations de l'industrie des arts graphiques 24/24

www.francegraphique.com



PRESSE/ÉDITION
PARTAGEZ
PUB

Nouveaux produits

Developpement durable

Découvrez
Partagez et réagissez

WEB TV

Communication

Suivez toute l'info de votre secteur en flux continu

**TOUS LES MARDIS, RECEVEZ LES INFORMATIONS À RETENIR !
INSCRIVEZ-VOUS GRATUITEMENT À LA NEWSLETTER DE FRANCE GRAPHIQUE**