par Mélina Neuhaus

« Le papier n'est pas mort, c'est son utilisation qui a changé »

Entre les avancées technologiques, l'évolution des modes de vie et les prises de conscience en matière d'écologie, l'industrie de l'imprimerie s'est faite bousculer ces dernières années. Pour survivre, les entreprises du domaine ont été forcées de s'adapter à un marché changeant, à l'image de Groux arts graphiques SA, imprimerie fondée en 1954, aujourd'hui basée au Mont-sur-Lausanne. Avec sa taille humaine d'une dizaine de collaborateurs et son attention tournée vers le client, l'entreprise se tient déjà prête pour les défis futurs.

Fondée il y a plus de 60 ans par André Groux à Lausanne, l'entreprise a été dirigée par Olivier Ducommun dès 2011 qui en est le propriétaire aujourd'hui. Il faut dire qu'au cours de sa carrière, il était aux premières loges de la mutation du domaine de l'imprimerie. « *Internet a fait chuter le volume de papier imprimé, nous avions moins de commandes, les prix baissaient, la concurrence étrangère s'intensifiait et la technologie d'impression offset et numérique se développait rapidement* ». Pour rester dans la course, Groux arts graphiques SA a dû adapter son parc de machines, avec notamment une nouvelle technologie d'impression UV, plus écologique et sans produits chimiques, permettant de meilleurs rendements. « *Avec cette nouvelle machine, que nous étions les premiers à avoir en Suisse romande, nous avons doublé notre capacité de volume d'impression et avons pu proposer des tarifs plus compétitifs* ».

L'entreprise a également su diversifier ses produits, en accompagnant ses clients dans le travail pré-presse, les retouches de photographies, la reliure, le façonnage et le conseil client. La recette du succès ? Être à l'écoute des clients et ne pas mettre tous les œufs dans le même panier. « *Notre plus gros client représente 10% de notre chiffre d'affaires, ce qui nous permet d'avancer sereinement car les risques sont contrôlés* ».

Olivier Ducommun reste convaincu par le potentiel de l'imprimé : « *Le papier n'est pas mort, c'est son utilisation qui a changé. Un support papier est un produit idéal pour une lecture attentive, sur la durée, alors qu'Internet permet une lecture facile et rapide. Ils sont complémentaires. Dès qu'une émotion est à transmettre, le papier se substitue à l'écran : c'est la force majeure du papier* ». Si beaucoup d'entreprises ont longtemps opté pour du 100% online, elles sont nombreuses à revenir en arrière. « *Les e-newsletters envahissent nos boites aux lettres, la newsletter au format papier revient en force* ».

Il y a dix ans, le papier était 30 à 40% plus cher, et il y a d'ailleurs aujourd'hui 50% d'employés en moins en Suisse et beaucoup moins d'imprimeries. Pour répondre à la demande de ses clients, l'entreprise propose un shop en ligne pour l'impression de produits standards de type flyers, avec des prix très compétitifs. « *Il est facile aujourd'hui de trouver des solutions d'impression. Par contre, le service, la réactivité, le conseil et le respect des délais de livraison restent des forces que nous avons su maintenir avec les années* ».

Lorsque l'on demande à Olivier Ducommun de parler des défis futurs de son entreprise, il aborde la balance nécessaire de la qualité, la réactivité et le prix. « *Nous devons être de plus en plus réactifs et suivre la technologie qui évolue rapidement, à l'image des machines hybrides offset et jet d'encre par exemple. La gestion des données, nécessaires aux imprimés personnalisés, représente un défi important car le processus est complexe et délicat. Quant à notre entreprise, notre priorité est de rester proche de nos clients et de comprendre leurs besoins* », conclut Olivier Ducommun.

www.grouxsa.ch