

PARTENARIAT GAGNANT



Suffisamment écologique pour accueillir sur son terrain des ruches et des moutons, Calligraphy Print est entrée directement dans le Top 5 du panel « imprimeurs » de Société Générale, dès la première année de collaboration. Elle s'appuie désormais sur son partenariat avec le Groupe pour poursuivre les investissements qui conditionnent son avenir.

RETOUR À LA ROTO

« La prospérité montre les heureux, l'adversité montre les grands », écrivait Pline le Jeune*. S'il a dit vrai, les dirigeants de Calligraphy Print ont d'abord été grands avant de commencer d'être heureux à l'aube des années 2000. « Après avoir créé deux imprimeries sur le modèle Scop**, en 1989 mon père a décidé de fonder la sienne, plutôt dédiée aux beaux livres et aux réalisations haut de gamme », se souvient Olivier Pouchin, actuel président de la PME. Sa croissance prometteuse prouvait le bien-fondé de sa vision. Pourtant, Calligraphy Print est née dans la douleur. Son bâtiment n'était pas conforme. Il a fallu l'agrandir et donc, surinvestir au cours des années 1992-1993, alors que le secteur était sinistré. »

En mobilisant ses ressources d'intelligence et de compétence, l'entreprise surmonte les épreuves. Olivier Pouchin la rejoint en août 1997. « J'étais fier de mon père, mais je n'avais pas prévu de travailler à ses côtés. J'avais suivi des études d'ingénieur maître en génie industriel. Embauché par la société où j'avais fait mon stage de fin d'études et qui me proposait des perspectives, je prévoyais de compléter ma formation par un DESS. Mais mon père m'a proposé de venir mettre en place une nouvelle GPAO***. Ce travail était en ligne avec mon cursus et je me suis pris au jeu. L'imprimerie est un métier en constante mutation technologique, où l'on utilise des matériels très performants et où les opportunités de développement sont nombreuses. C'est aussi un monde plein d'attraits, dont l'enjeu est la transmission de culture, peuplé de matières et d'odeurs agréables. »

IMPRIMER UN RYTHME NOUVEAU

Olivier Pouchin devient directeur général en 2000, en obtenant parallèlement son DESS. La combinaison des talents des deux générations réussit à l'entreprise. « Nous avons agrandi deux fois l'usine. En 2002, nous avons été les premiers dans la région à nous équiper d'une machine huit couleurs, imprimant recto et verso en simultané, pour proposer la quadrichromie à un prix standard. Cette année-là, nous avons réalisé 26 % de croissance » s'enthousiasme-t-il. En 2005, l'usine est de nouveau trop exiguë au regard du développement régulier de la PME. « Nous avons conçu le projet "Calli 2008" portant sur la construction d'une nouvelle usine, équipée de trois machines également neuves. Pari de taille puisque l'investissement s'élevait à neuf millions d'euros alors que nous réalisons un chiffre d'affaires de 8,7 millions d'euros. Nos investissements précédents nous avaient

Marion KULCZYCKI

Acheteur
Marketing / Communication
Direction des achats
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE



Emmanuel MOGE

Responsable technique
SG Publishing
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE



« Le pôle imprimés, riche de 27 personnes et d'un fonctionnement proche de celui d'une PME, comprend un studio PAO, un pôle en charge de la fabrication et de la logistique d'expédition animé par les responsables de fabrication, ainsi qu'un département dédié à la gestion administrative. Il a un rôle de conseil auprès des partenaires métiers et suit toutes les références de documents imprimés, de la gestion des stocks jusqu'à la logistique, en passant par la conception, la réalisation et l'impression, auprès des 2 300 agences du groupe en France. Il travaille en coopération étroite avec le service achats, qui effectue le référencement des fournisseurs dans le domaine du marketing/communication (agences de communication et médias, matériel publicitaire, notamment les imprimés. En 2011, à l'occasion de la refonte du panel d'imprimés offset feuille référencés, nous avons entamé notre coopération avec Calligraphy Print.

En 2009, lors du démarrage du processus de référencement, en collaboration avec la direction des achats, une Request for Information a été adressée à cette PME, remarquée après un premier contact en 2007. Dotée d'un outil industriel très performant installé dans un récent bâtiment HQE, Calligraphy Print affichait une bonne solidité financière et proposait un rapport qualité/prix intéressant, deux points à même de dynamiser l'ensemble du panel. Dès la première année de coopération, l'entreprise est entrée dans le top 5 de notre panel.

Ce fait témoigne en soi de la qualité de ses prestations. Tout d'abord, le management du dirigeant, qui a hérité de son père, maître imprimeur, la passion de l'imprimerie à laquelle il a adjoint ses connaissances en logistique industrielle. Les flux sont parfaitement maîtrisés, la communication est fluide entre collaborateurs et l'organisation du travail rigoureuse. L'usine n'est pas envahie par les rogatons de papier ni par des bobines mal rangées. Le deuxième avantage est lié à l'évolution du métier du print ces dernières années. Désormais, les éditions papier doivent faire plus que porter de l'information, et donner lieu à un bel objet. Calligraphy Print ajoute à l'efficacité d'un parc machines moderne les astuces et la maîtrise humaine d'antan pour atteindre les meilleurs résultats. Enfin, l'engagement de l'entreprise en faveur du respect du développement durable, est le fruit d'une éco-conception réfléchie et pragmatique, compatible avec des prix étudiés. Cette démarche est capitale pour Société Générale, qui lui a d'ailleurs décerné en 2014 le Trophée des Chênes pour la région Grand Ouest dans la catégorie "Développement durable". »

rendu confiants. » Olivier Pouchain profite de cette modernisation pour éco-concevoir la nouvelle unité. « Mon père faisait déjà en sorte que les déchets soient triés et recyclés. Le respect de l'environnement relève de notre responsabilité d'industriel. Dans une usine existante, c'est difficile et cher de mettre en œuvre un plan complet, mais la construction d'une usine est une opportunité à ne pas manquer. Si la réflexion préalable est menée avec rigueur, cela ne coûte pas plus cher » proclame-t-il. Il démontre ce qu'il avance. « La société récupère les calories de ses machines pour se chauffer et l'eau de pluie pour alimenter les sanitaires. Nous avons aussi beaucoup travaillé sur l'isolation du bâtiment. Les frais engagés se traduisent aujourd'hui par une nouvelle unité deux fois plus grande que la précédente... Qui consomme à peine 10 % d'énergie supplémentaire en produisant 35 % de plus ! »

PETIT LIVRE VERT

La même attention est portée au recyclage des nombreux déchets, entre rogatons de papier et encres chimiques. « En nous contraignant à analyser nos impacts environnementaux, notre démarche d'obtention de la norme ISO 1400 nous a beaucoup aidé à les réduire. » Grâce à ses efforts, Calligraphy Print gagne en compétitivité et ses salariés en confort de travail. « Notre management inclut l'idée de mettre en place, en contrepartie de la performance attendue, un environnement de travail optimum. Comme si nous étions embarqués sur un bateau de compétition, je demande à tous d'arriver en tête de la course en donnant les moyens de la gagner. » Ces valeurs, qui enracinent la compétitivité dans un fervent engagement RSE, sont développées par Olivier Pouchain dans son *Livre vert*. Elles avaient toutes les chances d'attirer l'attention de Société Générale, qui les promeut de son côté.

Les premiers contacts sont pris en 2007 par une commerciale qui, dans un premier temps, fait valoir les références acquises auprès de deux autres grandes banques. L'effort paie en 2009, lorsque Société Générale envoie une demande d'information en vue de consulter la PME. « Le caractère humain de l'appel téléphonique du service Achats m'a convaincu de répondre à la

consultation. Après avoir beaucoup travaillé sur les grilles de prix, nous avons été reçus à La Défense. Les échanges avec l'équipe ont été particulièrement intéressants. Le service SG Publishing a vraiment cherché à comprendre nos choix techniques et notre organisation. En 2011, suite au processus de référencement, nous avons décroché notre première commande. »

NE PAS SE REPOSER SUR SES LAURIERS

Lauréat 2014 dans la catégorie développement durable du Trophée des Chênes, dédié aux entreprises familiales, Olivier Pouchain se réjouit d'avoir reçu la récompense des mains de Frédéric Oudéa, le président-directeur général de Société Générale... Et surtout d'avoir eu l'occasion de souligner en personne à quel point la qualité de communication et d'écoute de ses interlocuteurs au sein du Groupe est un gage de résultat. « La réelle connaissance technique qui caractérise leur expression de besoin nous permet d'élaborer ensemble les réponses les plus pertinentes aux attentes des métiers, de réaliser des gains et, finalement, de développer notre commande et nos activités. Le crédit conféré par un client comme Société Générale, qui nous confie une activité régulière, qui paie en temps et en heure, est d'autant plus important que nous avons fortement investi. Société Générale, qui représente 5 à 6 % de notre chiffre d'affaires nous a permis de consolider l'entreprise en stabilisant notre activité. » Avec le service achats et le service SG Publishing de Société Générale, désireux d'accentuer encore leur démarche RSE, Olivier Pouchain réfléchit au transfert de certains travaux de main d'œuvre vers un Esat proche. Il prépare aussi Calligraphy Print à diversifier ses compétences pour mieux résister à la recomposition du paysage de l'imprimerie en France. « Sur 10 000 imprimeurs en 1989, il en reste aujourd'hui 2 300 et le nombre devrait se réduire à 500 entreprises. Nous lançons dans les mois prochains un nouveau projet d'extension qui nous permettra de garantir nos approvisionnements et d'intégrer la valeur ajoutée des finitions, désormais difficile à trouver car les sous-traitants ferment. »

* Panégyrique de Trajan

** Société coopérative et participative

*** Gestion de la production assistée par ordinateur

le 25 août 2015

CALLYGRAPHY PRINT EN BREF

Activité L'imprimerie Calligraphy Print maîtrise toutes les techniques de la chaîne graphique, depuis la composition des textes jusqu'au façonnage, en passant par le traitement des illustrations, l'impression et la relecture. L'éventail de son offre s'étend du timbre au livre d'art.

Création 1989.

Effectif 60 personnes.

Implantation Siège : Châteaubourg (35).
Bureau commercial : Brest (29).

www.calligraphy-print.com



Olivier POUCHIN
Président

Croissance

Chiffre d'affaires (M€)

Effectif

