

Le magazine des professionnels de l'imprimé

# Caractère

## L'étiquette adhésive se joue des procédés

Un marché en croissance, des volumes d'activité soutenus et des innovations technologiques dans le traditionnel comme dans le numérique : bienvenue dans le monde des étiquettes adhésives.

Doc Codimeg



### L'interview

« Nous complétons notre offre »

*Hachette propose une solution pour les livres dont les ventes sont situées entre 100 et 1000 ex. par an.*



### Le marché

Les catalogues de montres

*À l'heure du digital, le catalogue papier reste l'apanage des marques de luxe.*



### Le département

La Vendée cultive l'esprit d'entreprendre

*Ce territoire dynamique accueille deux fleurons de l'industrie de l'imprimerie et un tissu solide de PME graphiques.*

© A. Lamoureux Vendée Expansion St-Gilles-Croix-de-Vie



### L'expérience

EMAG pratique le façonnage sur mesure

*L'entreprise a acquis un savoir-faire complexe dans le domaine du pliage, du collage et de la découpe.*



# EMAG pratique le façonnage complexe et sur mesure

◆ En trente ans d'expérience, l'entreprise a acquis un savoir-faire sophistiqué dans le domaine du pliage, du collage et de la découpe.

# D

u bout des doigts, Martial François caresse délicatement une petite pièce en carton siglée Dior, dont la rosace, finement ciselée, a nécessité un travail de découpe et de précision hors du commun. « Si on nous avait demandé de réaliser ce type de produits il y a quatre ans, nous n'aurions pas pu », reconnaît le commercial en levant les sourcils. Alors qu'elle s'apprête à souffler sa trentième bougie cette année, l'entreprise de finition EMAG peut désormais compter sur un parc machines à la pointe et sur un savoir-faire rare, acquis au fil du temps. De quoi nourrir une certaine confiance : « En fait, on se demande presque quel produit nous ne serions pas en mesure de faire », confie le responsable, souriant aux lèvres.

## Un système original de production

Installée à Livarot, dans le sud du Calvados, EMAG a vu le jour durant l'été 1988 sous l'impulsion de Michel Esnault, actuel p.-d.g., et Alain Grignon – leurs initiales entremêlées ont donné son nom à la société. Aujourd'hui, la firme – devenue familiale après le départ à la retraite d'Alain Grignon en 2015 – s'est imposée comme une référence dans le milieu du façonnage haut de gamme. Dior, Chanel, Yves Saint Laurent ou Guerlain sont autant de marques prestigieuses qui se sont déjà attachés les services de l'entreprise livarotaise.



François Esnault, directeur général, et Martial François, commercial.

« Nous sommes parvenus à nous différencier grâce à notre savoir-faire », indique Martial François. Depuis sa création, la structure a en effet adopté un mode de production original en privilégiant notamment l'usage de modules, des petites unités mobiles qui permettent de réaliser une tâche spécifique. Ainsi, si EMAG compte quelques chaînes de production complètes, son parc est composé à 80 % de modules dédiés au pliage, collage, rainage, etc. « Nous pouvons ainsi composer nos propres chaînes de production en fonction du produit désiré par les clients », poursuit le responsable. « C'est un système assez unique. » La configuration de l'atelier est donc mouvante, les modules étant régulièrement repositionnés en fonction de la demande. « Aujourd'hui, le parc machines est dans cette configuration, mais si vous repassez dans huit jours, tout aura été déplacé,

car les produits auront changé », souffle François Esnault, le directeur général.

Dernièrement, EMAG a investi dans un module de numérotation alphanumérique aléatoire des lots afin de pouvoir répondre aux besoins de traçabilité et d'authentification des produits, exigences indispensables aussi bien dans l'alimentaire que dans le luxe. « On s'adapte à la demande des clients, aux tendances du marché, ainsi qu'aux nouvelles normes », souligne-t-on.

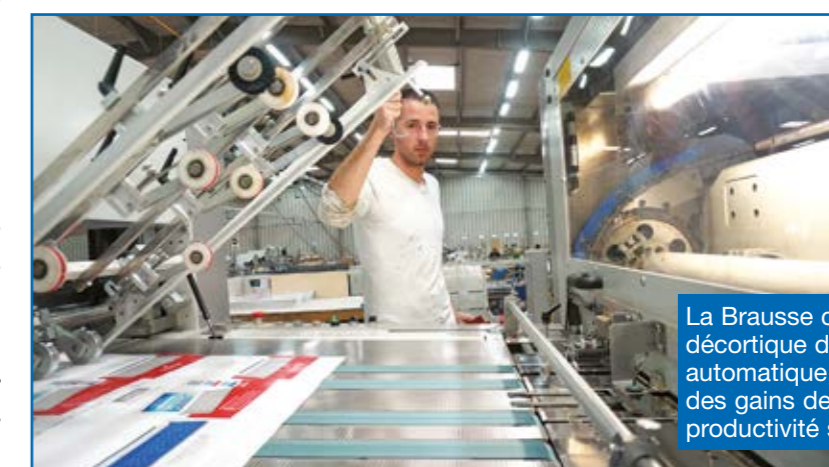
L'usage de modules permet à EMAG de disposer d'un parc machines extrêmement flexible et de créer une chaîne de production propre à chaque commande. L'intérêt ? Obtenir un produit fini en bout de chaîne, en évitant toutes les étapes de manipulation intermédiaire du produit. Une fierté pour l'entreprise : « Notre force, c'est de parvenir à réaliser de manière automatique des produits qui sont faits ailleurs de manière manuelle », insiste Martial François. Le responsable assure ainsi qu'EMAG a su développer des solutions uniques afin d'automatiser certains processus, comme l'encliquetage de petites enveloppes.

## Des investissements stratégiques

À l'heure où le milieu de l'imprimerie – et du façonnage plus particulièrement – est l'objet de profondes mutations, EMAG ne semble pas connaître la crise. « Notre chiffre d'affaires augmente de 2 à 3 % par an depuis une dizaine d'années », assure François Esnault. À en croire les deux hommes, la bonne santé d'EMAG repose avant tout sur ses investissements stratégiques : dans un marché où la guerre des prix et



Vendue par Mécanélec, la platine de découpe Brasuse (marque du groupe Bobst) a été installée il y a un an dans l'atelier.



La Brasuse coupe et décortique de manière automatique, générant des gains de temps et de productivité substantiels.



EMAG a investi dans plusieurs plieuses MBO de 10 et 8 poches, permettant de plier plans et cartes routières avec une précision maximale.

80% du parc machines est composé de modules



L'un des atouts d'EMAG : la BSR de Bograma, qui permet d'assurer des découpes complexes sans point d'attache.



Le parc machines est composé à 80 % de modules de production. Ces petites unités indépendantes et mobiles permettent à EMAG de créer des chaînes de production sur mesure en fonction du produit commandé. Ici, deux modules dédiés au collage.

fiques : il s'agit d'une machine de découpe en demi-format (50x70 cm) sans point d'attache », explique François Esnault avec le ton des connaisseurs. C'est à l'aide de cet équipement qu'EMAG réalise, depuis quatre ans, ses produits destinés au marché du luxe, comme la découpe de haute précision de la fameuse rosace pour Dior. Un travail qui a d'ailleurs séduit tout un pan de la profession, puisque le produit fini a été récompensé par le label Imprim' Luxe qui vise à valoriser les acteurs de la filière graphique. « Notre fournisseur de plaques de découpe en Allemagne nous répétait que ce n'était pas possible. Mais nous avons insisté, retravaillé les angles de découpe... Finalement, c'est une fierté pour tout le monde. Nous avons tous à gagner à travailler main dans la main. »

Il y a un an, EMAG faisait également l'acquisition de plusieurs plieuses MBO de 10 et 8 poches, régulièrement mises à contribution lors de la confection de plans de précisions, cartes routières, etc. « Finalement, c'est assez simple, analyse Martial François. Celui qui n'investit pas reste en arrière. Ici, nous essayons en permanence de proposer ou développer des solutions pour le client. Le secret de la réussite, c'est justement d'avoir continué à investir et de chercher sans cesse à repousser les limites techniques des machines. »

Pour autant, pas question de se précipiter dans toutes les innovations. EMAG a ainsi su éviter l'écueil de la découpe laser. « Nous nous sommes intéressés à cette technologie qui semblait offrir des solutions intéressantes en matière de personnalisation et de finesse de la découpe. » Mais EMAG va vite en cerner les limites : lente, la découpe laser a également la fâcheuse tendance à dénaturer le papier en le brûlant. Une caractéristique rédhibitoire pour EMAG : « On ne pouvait pas se permettre d'avoir ce type d'odeur sur des produits de luxe ou des cartes à parfum », s'émeut encore Martial François. Le projet d'investissement sera vite abandonné.

### Un espace dédié à la cosmétique ?

Très présente dans l'univers de la parfumerie, l'entreprise a notamment développé des solutions de dépôt d'échantillons pour les cartes à parfum. En s'appuyant sur ses fameux modules, EMAG a mis en place une chaîne de production automatisée : dépôt de l'échantillon, rainage, pliage, mise sous enveloppe, numérotation du lot, routage... les étapes se succèdent sans rupture. Reçus sous

forme de bobine, les échantillons sont insérés sur la carte via sept têtes de dépôt équipées de la technologie LiquaTouch, qui permet d'échantillonner une odeur grâce à un applicateur.

À ce jour, la confection d'articles de cosmétique représente environ 30 % des activités du façonnier. Et EMAG ne compte pas s'arrêter là. D'ici quelques années, l'entreprise envisage de pousser les murs de son atelier afin de créer une « salle blanche conditionnée et optimisée » dédiée à la cosmétique. À la fois pratique et esthétique, ce nouveau lieu devrait aussi permettre au façonnier de soigner son image de marque, notamment lors des visites de clients.

Pour autant, le travail d'EMAG est loin de se limiter au marché des cosmétiques ou des cartes routières. Emballage, agroalimentaire, prospectus, documentation commerciale, notices pharmaceutiques, calendriers et calendriers de l'Avent (« bien que cela se perde un peu »), publicité sur le lieu de vente, gommage des coins des copies d'examen, produits sécurisés, Z-Card, pliages perpétuels... Les applications sont nombreuses et les mains de Martial François abondent d'échantillons.

« Il faut savoir que, selon les produits en production, tout le monde ne va pas dans l'atelier, précise-t-il. Nous avons des contrats de confidentialité avec des clients, notamment lors du lancement de produits ou de marques. »



Les locaux d'EMAG : près de 6 000 m<sup>2</sup> dédiés au façonnage complexe.



Réalisée avec la BSR, la découpe de cette rosace siglée Dior fait la fierté d'EMAG.

Avec ses 40 salariés, EMAG a réalisé un chiffre d'affaires de 3,5 millions d'euros en 2017, stable par rapport à l'année précédente. Les équipes travaillent en 3x8 ou en 2x8, en fonction du carnet de commandes. L'occasion pour les dirigeants de saluer « la flexibilité et la dévotion à l'entreprise » des salariés. Depuis sa création en 1988, EMAG travaille régulièrement avec la BAC de Livarot. Nulle question ici de Brigade anti-criminalité mais plutôt de Bourse d'aide aux chômeurs. Cette association locale a vu le jour en même temps qu'EMAG et a permis à plusieurs dizaines de ses protégés de franchir les portes de l'entreprise pour y être formés et embauchés. « 80 % de ceux qui travaillent à l'alimentation ou à la réception des machines chez EMAG sont passés par chez nous », assure même Sylvie Hamel, l'une des responsables de l'association. ■

Reportage : Antoine Mariaux

Un chiffre d'affaires en hausse régulière depuis dix ans

### Un parc machines à la pointe et polyvalent

EMAG se présente comme une entreprise de façonnage complexe au service des fabricants et des imprimeurs. Avec 6 000 m<sup>2</sup> de bâtiments sur 15 000 m<sup>2</sup> de terrain, l'entreprise possède un espace de stockage tempéré de 800 m<sup>2</sup> ainsi qu'un parc machines important et modulable, et se compose d'un effectif de 40 personnes en double équipe. Encadrée par Jean-Luc Dibon, l'équipe technique gère un parc machines composé de :

- deux plieuses-colleuses MBO,
- six plieuses MBO,
- une Brausse 1060 ER, platine de découpe avec système de séparation de pose,
- une plieuse Herzog+Heymann, 10 poches et 8 plis en retour,
- une Nikko, autoplatine de découpe sans séparation de pose mais avec une station de décorticage,



Créée en 1988, l'entreprise est désormais une structure familiale gérée par Michel Esnault, p.-d.g., et son fils, François Esnault, directeur général.

- une Bobst Media 100 et une Bobst Fuego 110 pour le pliage-collage,
- une plieuse MBO KL 112 pour le pliage pharmaceutique,
- une BSR 550, pour le découpage et le rainage en ligne, sans point d'attache,
- une SBB et une SBD pour les petites séries et le montage typographique,

- sept machines de dépôt : cinq Altrima et deux Lebelaire, et
  - une Lhermitte pour le gommage.
- Grâce à cet équipement, EMAG peut réaliser des produits complexes et proposer des insertions en ligne de 4 éléments avec pliage et collage, ainsi que des pliages hexagonaux en un seul passage, avec ou sans insertion.