

# Que font les concurrents du secteur graphique en ligne ?

Aurelia Ricciardi |

**La concurrence peut aussi être une source d'inspiration pour les entreprises afin de se parer aux changements ou profiter des opportunités. Elle peut donner des idées pour créer des produits complémentaires ou de nouvelles formes de collaboration. Inspiré du blog Beyond Print de Bernd Zipper, voici quelques services étrangers web-to-print notables.**

L'e-commerce connaît un véritable boom mondial. Selon les chiffres du portail de données chiffrées Statista, les revenus sont passés de 1,36 milliard de dollars en 2014 à 2842 en 2018. Et ils pourraient grimper à 4.135 en 2020. En Belgique aussi, ce phénomène continue de croître. En 2017, le marché de l'e-commerce belge a battu un record avec un chiffre d'affaires de plus de 10 milliards d'euros pour 85 millions d'achats, selon BeCommerce, soit une hausse de près de 11 % par rapport à 2016. Par ailleurs, le nombre de commerçants en ligne a aussi augmenté de 26 % atteignant plus de 20.400 boutiques en ligne. Du côté des consommateurs, selon Eurostar, 60 % des Belges ont acheté en ligne en 2017, mais massivement à l'étranger (63 % des e-consommateurs). Les spécialistes estiment qu'il n'y a pas encore assez d'e-commerces en Belgique, avec un manque de disponibilité pour certains produits, et les e-consommateurs belges trouvent

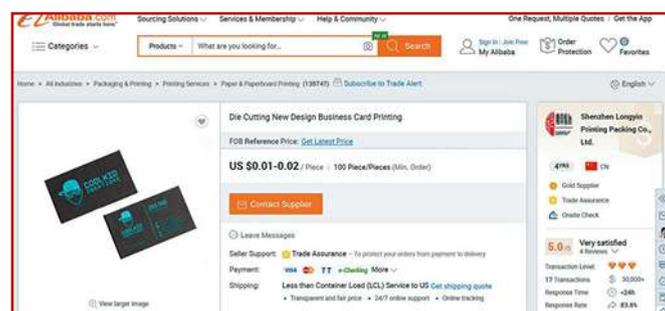
aussi des prix plus avantageux à l'étranger. Le secteur graphique belge a donc le champ libre pour trouver des voies d'expansion via le commerce en ligne. Voici quelques exemples inspirants qui font succès à l'étranger.

## Des imprimés via les géants de l'e-commerce

Début juillet, le CEO d'Alibaba Jack Ma rencontrait le Premier ministre Charles Michel à Bruxelles. Les discussions devaient porter sur la question de l'e-commerce mondial et des barrières commerciales existantes. Par la même occasion, le géant chinois de l'e-commerce a confirmé sans donner de détails son intention d'investir à Liège.

Jack Ma ambitionne de construire un centre de distribution de plusieurs hectares. D'autres villes comme Hangzhou, Kuala Lumpur, Moscou et Dubaï font aussi office de candidats potentiels. Alibaba souhaite ainsi servir ses clients dans quelque 100 villes de par le monde, contre 30 actuellement. En attendant la confirmation officielle, Alibaba s'expand déjà en Europe et est en mesure d'offrir des produits imprimés via divers fournisseurs. Faut-il craindre tôt ou tard que les produits imprimés bon marché du géant chinois de la vente en ligne inondent le marché européen malgré la distance de livraison actuelle ? C'est une question que Bernd Zipper se pose en offrant une

analyse de la compétitivité d'Alibaba par rapport à l'offre locale en Europe. Sur le site Alibaba.com, les produits imprimés se retrouvent dans la catégorie « Packaging & Printing » et sont fournis via des fournisseurs externes. Des services d'impression de produits tels que cartes de visite, brochures, catalogues ou encore textile y sont proposés. Selon Bernd Zipper, les prestataires de services d'impression européens ne doivent pas encore s'inquiéter de l'offre d'Alibaba. Bien que la gamme de produits est large, les délais de livraison (8 à 38 jours) et le processus de commande ne sont ni attrayants ni intéressants. Par ailleurs, les pays de livraison en Europe sont encore limités. « Cependant, les imprimeurs en ligne ne devraient pas sous-estimer ce qu'Alibaba est en train de faire, car le géant de l'e-commerce continue de s'expandre. » En effet, comme évoqué précédemment, Alibaba planifie un certain nombre de centres logistiques dans d'importantes villes européennes. En France, le



Groupe Bolloré a déjà conclu un partenariat mondial dans le domaine de la logistique, en plus du cloud, de l'innovation et de la transformation numérique avec Cainiao Smart Logistics Network, l'activité logistique d'Alibaba Group. Ensemble, ils pourront ainsi identifier les opportunités de coopération entre leurs capacités, leurs hubs et leurs réseaux logistiques en Asie, au Moyen-Orient, en Afrique et en Europe. Pour Bernd Zipper, la croissance d'Alibaba va continuer dans le futur et aura un impact sur l'e-commerce européen, dont l'impression en ligne. « Car le géant chinois entreprend un modèle d'affaires qui inclue une gamme de services complète en relation à la vente de produits. » Une affaire à suivre...

Du côté du géant américain Amazon, un service d'impression de photos et de livres photo personnalisés est disponible, mais uniquement aux États-Unis. Le service est baptisé « Amazon Prints » et existe depuis septembre 2016. Pour l'heure, le concept doit d'abord faire ses preuves aux États-Unis, avant d'envisager un éventuel lancement en Europe.

### Livraison locale et rapide

Au Royaume-Uni, un prestataire de service d'impression fort de plus de 50 ans d'expérience a réussi à prospérer davantage en intégrant un nouveau service en ligne avec livraison express. Il s'agit de l'entreprise familiale Precision Printing, basée à Londres. Elle a comme activité historique la fourniture de solutions d'impression marketing en B2B. Depuis 2007, Precision Printing intègre aussi une plate-

forme e-commerce pour les clients B2C avec des produits photo, d'édition et de la papeterie sociale. « Nous avons développé des solutions automatisées avancées de flux de travail qui nous permettent de recevoir et traiter des milliers de commandes par jour lors des jours de pointe. Pendant les pics saisonniers, nous imprimons et expédions plus de 50.000 commandes par jour », explique Gary Peeling, directeur général de Precision Printing. Disposant de ressources pour traiter des milliers d'articles par jour pour des commandes très saisonnières, Precision Printing s'est mis à la recherche d'opportunités pour pouvoir poursuivre les activités en ligne tout au long de l'année. La solution a été de racheter la start-up WhereTheTradeBuys.co.uk. Le site a été relancé en février 2016 et s'adresse aux revendeurs et acheteurs professionnels des marques. « La stratégie est d'acquérir des clients qui achètent des imprimés régulièrement, notre objectif est de simplifier le processus de commande et d'impression. Cette simplicité économise du temps pour nos clients tout en leur permettant de nous utiliser pour 80 % de leurs besoins en impression sur base d'une offre complète en ligne », dit Gary Peeling. WhereTheTradeBuys connaît une croissance de 90 % par an et représentera 50 % du chiffre d'affaires du groupe d'ici 2020. Pour Gary Peeling, la rapidité de livraison est ce qui fait la différence dans la décision d'achat d'imprimés en ligne. « Pour une entreprise d'impression en ligne, la simplicité de commande, la grande valeur et la rapidité forment la Sainte Tri-

mité. » L'aspect local est aussi important. Afin de pouvoir expédier les commandes d'impression en ligne le jour même en ville, l'entreprise a investi dans une installation de plus de 55.000 m<sup>2</sup> à l'extérieur de Londres. Avec sa marque WhereTheTradeBuys, Precision Printing base sa stratégie en fonction d'une clientèle jeune, très connectée et à l'aise avec internet et qui n'a pas besoin de demander des devis. Le client type « ne veut pas parler le langage technique d'impression. Il veut pouvoir l'utiliser de façon simple. Ce sont ces clients qui génèrent une croissance rapide sur le marché de l'impression en ligne au Royaume-Uni », dit Gary Peeling. Pour Bernd Zipper, Precision Printing est l'exemple que « même les fournisseurs d'impression analogique peuvent suivre le rythme moderne et s'adapter au marché, indépendam-

ment de la situation géographique. » Pour Gary Peeling, le succès de l'impression en ligne repose sur un bon système pour gérer les commandes et le flux de travail automatiquement. « Il est beaucoup plus simple maintenant d'utiliser des solutions basées sur le cloud qui sont rapides à déployer sans les dépenses en capital traditionnelles. »

### Meubles pour enfants personnalisés

À Cologne, une start-up surfe sur la tendance de la personnalisation en ligne et le succès des meubles Ikea qui jouit d'une présence géographique étendue. Il s'agit de Limmeland. Limma signifie collage en suédois, ce qui décrit bien l'approche du modèle de niche adoptée par la société fondée en 2014. L'activité consiste à imprimer numériquement des films adhésifs qui



## print24.be : Le bon plan pour imprimer en ligne !

C'est plutôt inhabituel : print24.be est une des plus grosses imprimeries en Europe et pourtant ce fournisseur est considéré en Belgique comme le bon plan parmi les acheteurs de prestations d'imprimerie, les graphistes, les revendeurs et les agences. Ce fournisseur qui livre dans 24 pays et emploie 700 salariés a frappé un grand coup en 2017 en réduisant les délais de livraison dans le secteur européen de l'imprimerie : une grande partie des produits de sa gamme sont déjà fournis dans toute l'Europe en seulement 3 jours en expédition standard, et il faut 2 jours en expédition expresse. Les clients peuvent même se faire livrer de nombreux produits en seulement 24 heures contre supplément ! « 3...2...1...départ ! » : cette campagne a été inaugurée par print24 – la réduction des délais doit rester permanente.

### La stratégie : Prendre la concurrence de vitesse

La production a lieu en Allemagne et en France, sur des machines d'impression offset et numériques ultramodernes. En 2017, le parc de machines d'impression a été complété par deux HP Indigo 10 000 et une HP Indigo 12 000. L'objectif évident derrière ces investissements : la vitesse à tout prix – print24 veut délibérément devenir encore plus rapide demain et conquérir le marché par les délais de livraison, en plus de la qualité et du prix. Le fait que print24 produise elle-même contrairement à de nombreux autres fournisseurs joue en sa faveur. Ceci permet non seulement une assurance qualité efficace et une fidélisation parfaite des clients, mais aussi un accès direct aux processus logistiques. Les clients en sont reconnaissants – leurs commentaires accessibles au public en sont la preuve.

Fabian Frenzel, Directeur Innovation/Marketing de print24, déclare à ce sujet : « Nous orientons toujours notre catalogue en fonction de cinq facteurs : qualité, gamme, prix, SAV et justement, délai de livraison. Si nous respectons ces cinq points, nos clients deviennent des fans de print24 ! ».

### « Je m'étonne parfois moi-même »

Les agences, reven-deurs, graphistes et passionnés d'imprimerie trouvent tout ce qui leur tient à cœur dans la vaste gamme de print24. À ce sujet, Fabian Frenzel déclare : « En 2016, nous avons investi énormément d'énergie et de ressources dans le développement de notre offre. Je m'étonne parfois moi-même de voir à quelle vitesse la gamme s'est développée. Qui aurait cru, il y a encore quelques années, que l'on pourrait commander, par exemple, des livres à reliure cousue en format spécial dès 1 exemplaire ? Nous l'avons tout simplement rendu possible ».

Et la gamme de print24 va en fait bien au-delà des best-sellers habituels comme les brochures, les flyers et les cartes de visite. Après avoir racheté un spécialiste allemand du grand format, l'imprimerie en ligne offre également une grande sélection de produits de qualité à des prix avantageux comme d'habitude dans les catégories « technique publicitaire » et « grands formats », dont par exemple des rouleaux/roll-ups, des bâches grands formats et des drapeaux d'extérieur pratiques. Une multitude d'autres produits des catégories emballages, produits textiles, produits destinés à la restauration et produits publicitaires complètent la large gamme de print24.be.

### Des services numériques qui font la différence

Le site Internet de print24.be n'est de loin pas le seul canal de vente. L'imprimerie en ligne print24 veut encore mieux servir ses clients grâce à ses services numériques. Fabian Frenzel explique à ce sujet : « À l'époque où l'on peut parfaitement comparer différents fournisseurs, ce sont souvent les processus qui font la différence. C'est celui qui facilite la vie du client qui remporte la commande ». La réponse à ce challenge de print24 est l'interface de service gratuite « USS Connect ». Les clients connectés commandent ainsi de mani-



ère automatisée. Les prospects connectent alors leur système (qu'il s'agisse d'un système de boutique ou ERP) à celui de print24.be et gagnent ainsi un temps précieux grâce à la transmission automatique des commandes ; le paiement est même automatisé en option. C'est l'idéal pour les revendeurs, les gros clients et les entreprises industrielles.

Un autre service numérique gratuit de print24.be est celui des boutiques partenaires USS. Ce dernier prépare le terrain pour les entreprises souhaitant accéder au marché international de l'imprimerie – des imprimeries et des graphistes locaux mais aussi des débutants dans le secteur ont ainsi l'opportunité d'accéder eux-mêmes à des affaires d'imprimerie en ligne. Grâce à un logiciel professionnel de gestion des commandes et à une surface de commande facile à activer, les partenaires USS peuvent ouvrir leur propre boutique d'impression sur Internet et l'adapter individuellement sans gros efforts.

Que va-t-il y avoir de nouveau chez print24 ? Fabian Frenzel reste sur la réserve : « 2016 a été l'année de l'extension de la gamme, 2017 l'année de la réduction des délais de livraison et de nos boutiques partenaires USS. Ne vous en faites pas, en 2018 aussi, nous allons continuer à étonner nos clients par de nouveaux produits, services et configurations ! ».

**Maintenant  
encore plus  
rapide !**

4...3...1...c'est livré !



**Imprimez votre prochaine campagne en ligne et à la demande!**

**> Affiches**

100 Unités, 1 page, 297 x 420 mm DIN A3, 135 g/m<sup>2</sup> Papier d'impression, 4/0 couleurs CMJN

**19,42 | 23,50 €\***

HT | TTC



**> Cartes de visite**

250 Unités, 2 pages, 85 x 55 mm, 350 g/m<sup>2</sup> Papier d'impression, 4/4 couleurs CMJN

**7,82 | 9,46 €\***

HT | TTC



**> Flyers/Dépliants**

1000 Unités, 2 pages, 105 x 148 mm A6, 115 g/m<sup>2</sup> Papier d'impression, 4/4 couleurs CMJN

**20,63 | 24,96 €\***

HT | TTC



**> Brochures/Magazines** Agrafage

500 Unités, Agrafage, 210 x 297 mm DIN A4, Contenu: 32 pages, 135 g/m<sup>2</sup> Papier d'impression, 4/4 couleurs CMJN

**166,82 | 201,86 €\***

HT | TTC



**> Brochures/Magazines** Reliure dos collé carré

500 Unités, Reliure dos collé carré, 210 x 297 mm DIN A4, Pages couverture: 4 pages, 250 g/m<sup>2</sup> Papier d'impression, Contenu: 40 pages, 90 g/m<sup>2</sup> Papier d'impression, 4/4 couleurs CMJN

**857,23 | 1.037,25 €\***

HT | TTC



**> Enrouleurs/Roll-ups**

1 Unité, 800 x 2000 mm, 510 g/m<sup>2</sup> Bâche en PVC, Impression, y compris système, 4/0 couleurs CMJN

**31,89 | 38,59 €\***

HT | TTC



pourront être appliqués sur les meubles d'Ikea de façon à apporter une touche personnalisée. Cette approche s'inspire de nombreuses idées DIY qui prolifèrent sur le Net pour personnaliser les meubles Ikea, devenus très populaires. Parmi la masse de clients du géant suédois, Limmaland vise particulièrement les parents et la décoration des chambres d'enfants. Pour ce faire, Limmaland utilise les réseaux sociaux comme source d'inspiration et est active sur Pinterest, Instagram, Facebook et Twitter où l'entreprise peut interagir avec sa communauté et développer des idées et concepts pour les prochains produits. « Cela représente un contact étroit avec le client ou des clients potentiels et une excellente occasion d'identifier directement les besoins et de les traduire en produits imprimés », analyse Bernd Zipper. « Identifier la demande, trouver un créneau, atteindre les clients aux bons endroits : Limmaland est un exemple parfait de la façon dont vous combinez le potentiel de l'imprimé et de l'e-business avec la demande réelle de personnalisation de produits. » La boutique en ligne B2C de Limmaland est basée sur la plateforme e-commerce Magento et utilise la solution web-to-print PrintQ pour automatiser le processus de commande. Limmaland collabore avec un imprimeur qui utilise l'impression latex pour produire les films adhésifs, en respect aux normes européennes pour la sécurité des jouets. La personnalisation des meubles Ikea représente un coût supplémentaire qui varie d'environ 15 à 50 euros, en fonction du produit et de la taille du film.

### Livres pour enfant personnalisés

Il s'agit ici d'impression à la demande de livres pour enfants avec des héros personnalisés que propose l'entreprise créative Wonderbly, anciennement Lost my Name, rebaptisée en 2017. À l'intersection du storytelling et de la technologie, la start-up fournit des livres au contenu personnalisé pour les enfants. Établie à Londres, Wonderbly a déjà conquis plus de 3 millions d'enfants dans plus de 200 pays. Son best-seller date de 2012 et est l'histoire d'un petit garçon ou d'une petite fille qui a perdu son nom, disponible en français, néerlandais, anglais, allemand, italien, espagnol. Il existe pour le moment davantage de titres en anglais. Le livre se présente sous deux versions : une version standard à près de 30 euros avec couverture souple et une version Deluxe à près de 50 euros présentée dans une boîte. Il existe encore d'autres fournisseurs en ligne qui offre le même type de service, tel que Mumablue, basé à Madrid. Pour créer des histoires personnalisées pour enfants, l'offre comprend le choix du prénom du personnage, la personnalisation de l'apparence du personnage principal et l'ajout d'une photo dédiée. Les livres en couverture rigide

font 44 pages. L'acheteur peut voir un aperçu en direct de son livre personnalisé.

### Conception de produits personnalisée

CowCow, un autre site d'e-commerce d'origine asiatique, propose de personnaliser tout type de produits en téléchargeant son propre design ou en sélectionnant les motifs de créateurs dis-

### Impression fine art

Les fournisseurs de tirages photo ne manquent pas sur Internet. Ce qui est plus rare est de trouver un véritable spécialiste de la qualité photo. À Vienne, le Salon Iris propose des tirages photo qui surpassent la qualité des fournisseurs généralistes en ligne. Loin des impressions à partir de photos de smartphone, Salon Iris est un studio d'impression pour les clients exi-



Impressions fine art du Studio Iris pour le musée Albertina à Vienne.

ponibles sur le site. Peignoirs, étuis, sacs, affiches... Cow-Cow propose une large gamme de produits personnalisables. Depuis la production dans le sud-est de la Chine, les commandes sont expédiées partout dans le monde, principalement aux États-Unis.

geants qui veulent des photos en haute résolution sur des substrats exceptionnels et dignes de galeries d'art. La plateforme a été lancée en 2017, mais l'entreprise fine art existe depuis 1996. Les méthodes de production et le portefeuille de produits sont semi-professionnels et professionnels visant ainsi un segment haut de gamme. En témoignent le choix des produits et les prix correspondants aux impressions photo sur le site internet. Les clients sont des photographes, des éditeurs d'art et des galeries. « Le site est clair et les chemins de clics sont courts. Tous les produits sont présentés avec des descriptions utiles sur la ges-



# Tendances Trends



## Téléchargez maintenant l'app Trends-Tendances

En tant qu'abonné, vous lisez Trends-Tendances à partir du mercredi soir à 21h sur votre tablette ou votre smartphone. Où et quand vous voulez.



Disponible dans  
l'App Store

APPLI ANDROID SUR  
Google play



tion des données d'impression et des profils couleur afin d'obtenir des résultats parfaits », remarque Bernd Zipper. Il est également possible de configurer le produit sélectionné en fonction du format, de la finition et de la découpe, etc. À l'avenir, Studio Iris souhaite rendre la commande en ligne de tirages photo de haute qualité accessible à une clientèle encore plus large. Bernd Zipper : « C'est une vitrine en ligne très efficace qui offre tout ce que désirent les photographes et artistes : vaste choix de produits, formats librement définissables et conseils professionnels pour assurer que la commande et la production soient coordonnées. Le concept de qualité dans le secteur de l'impression est bien vivant malgré le marché de masse. »

## De l'art abordable

L'art moderne imprimé est le moteur de croissance de la start-up berlinoise Junique qui permet de commander en ligne des tirages d'art à des prix abordables. La boutique en ligne comprend les catégories de produits suivantes : peintures murales, mode, lifestyle, papeterie et technologie. Junique rassemble des œuvres d'artistes locaux et internationaux – photographes,

illustrateurs, peintres, typographes et graphistes – et offre aux amateurs d'art un accès à l'art via leur webstore grâce à l'impression à la demande. Junique affiche une belle croissance et plus de 600 artistes sont représentés. L'expansion est telle que Junique dispose de plusieurs boutiques en ligne pour l'Allemagne, la Suisse, la France, les Pays-Bas, la Suède, le Danemark, le Royaume-Uni, etc. Elle livre vers 13 pays européens et génère plus de 40 % de ses revenus en dehors de l'Allemagne, dont la France est le plus gros marché. « L'art véritable ne doit pas être cher. La start-up berlinoise et son approche rafraîchissante démontrent que l'impression à la demande vendue sur une boutique en ligne est réalisable et liée à la croissance », dit Bernd Zipper. L'offre est abondante. Plus de 15.000 designs sont par exemple disponibles pour des affiches encadrées. Junique offre de plus des conseils artistiques et des informations sur les artistes. De quoi séduire les clients lassés des œuvres en série. Pour les atteindre, Junique fait largement usage des médias sociaux. En Belgique, ce type de concept existe aussi, mais dédié totalement aux faire-part de naissance et de mariage. Il s'agit

de Paperit.com, qui rassemble des graphistes et illustrateurs de tous horizons pour proposer des créations contemporaines de faire-part accessibles à tous.

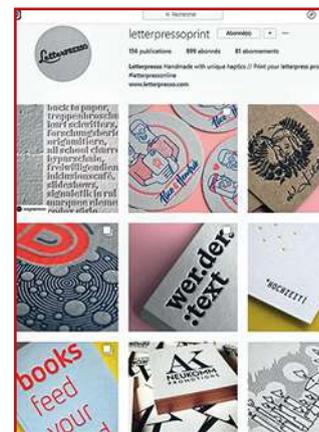
## Publication corporate pour Flyeralarm

Flyeralarm, considéré comme le deuxième plus grand fournisseur d'impression en ligne d'Allemagne, ne cesse d'élargir son offre de produits ces dernières années. L'imprimeur en ligne déclare plus de 3 millions de variantes de produits. Malgré une activité déjà bien complète, Flyeralarm s'attaque depuis avril dernier également au secteur de la publication corporate, un domaine autrefois réservé aux agences et fournisseurs d'impression offline établis de longue date. Il y a selon Bernd Zipper, une tendance dans le secteur de l'impression vers les éditions à faible quantité de magazines plus personnalisés. Le but de Flyeralarm est d'apporter une offre standardisée avec un contenu de qualité et des prix transparents pour permettre à ses clients de produire leurs propres magazines. « Nous n'allons probablement pas concurrencer les agences marketing qui fournissent déjà des magazines corporate pour des clients qui veulent un produit très exclusif. Ce n'est pas notre public cible », dit Rolf Dittrich de Flyeralarm. L'imprimeur en ligne vise plutôt les entreprises de taille moyenne qui ne peuvent pas se permettre de faire appel à une agence et des contributions éditoriales. Différents types de reliure sont offerts : agrafage, agrafage à œillet, à spirale ou avec couverture rigide. « Les magazines peuvent

être considérés comme une sorte de segment réémergeant de l'imprimerie. Si ce segment continue de croître – favorisé par les petits tirages, la facilité de création et généralement la disponibilité rapide – les principaux fournisseurs d'impression pourraient commencer à s'y intéresser », estime Bernd Zipper.

## La typographie en ligne

Avec Letterpresso.com, c'est une ancienne technologie analogique qui est disponible en ligne depuis 2016. L'activité du site, la typographie à la demande, est devenue rentable après un an.



Letterpresso est une offre en ligne du studio d'impression allemand Letterjazz, actif dans les imprimés typographiques sur mesure de haute qualité. La plateforme Letterpresso.com est basée sur Magento et utilise le plug-in printQ, conçu pour l'industrie de l'impression et le web-to-print. Cartes de visite, papier à entête, cartes de vœux, enveloppes, chemises à rabats, étiquettes... sont autant de produits qui peuvent être typographiés et commandés en ligne. Le configurateur permet de choisir le type de papier, les couleurs, le texte...

