

Comink: « On a pris conscience qu'on était acteur à 100% »

Située dans le zoning industriel des Hauts-Sarts, l'entreprise Comink est un fournisseur web-to-print pour les imprimeurs grand format. En pleine ascension, la crise du coronavirus constituera-t-elle une parenthèse ou un nouveau chapitre pour l'imprimerie de grand format liégeoise ?



Gilles Longtain, cofondateur de Comink, au milieu de ses nouvelles machines de production.

Avec un parc machines à la pointe de la technologie, Comink se profile comme l'imprimeur des imprimeurs du secteur grand format. Pour l'entreprise installée dans le zoning des Hauts-Sarts à Herstal depuis 2013, le défi a dès le début été de « devenir un acteur de premier choix » grâce au web-to-print. Gilles Longtain, ancien revendeur d'Onlineprinters en Belgique, et Nicolas Delweye sont les deux fondateurs de Comink. À ses débuts, l'entreprise était plutôt connue sous le nom de HelloPrinting. Un nom qui s'est révélé être trop populaire pour pouvoir se démarquer sur internet et pas à la hauteur des ambitions internationales des fondateurs. L'entreprise a donc changé de nom commercial en 2017. Active sur le marché du Benelux et du nord de la France, Comink ambitieuse à terme d'étendre son rayon d'action encore plus loin. L'imprimerie grand format emploie six personnes.

Machines flambant neuves

Avec un chiffre d'affaires en progression de 30% chaque année, c'est une success-story que connaît Comink jusqu'à présent. Loin

de pouvoir imaginer la folle année que 2020 allait offrir au monde, Comink n'a pas lésiné pour renouveler tout son parc machines entre 2019 et 2020. « Nous prenons toujours le parti d'investir dans de nouveaux équipements plus performants et d'automatiser davantage dans la mesure du possible », dit Gilles Longtain. En nouveauté : une imprimante à plat LED hybride VUTEk GS3250Lx Pro d'EFI, une imprimante bobine à jet d'encre UV Durst Rho 320 R, une HP Latex 320 et une vernisseuse UV de Bürkle. Plus rapide, la Vutek remplace deux anciennes HP et permet d'imprimer sur une largeur de 3,20 m. Quant à la vernisseuse, elle permettra d'offrir en option une protection supplémentaire aux supports rigides imprimés. « La vernisseuse permet de rassurer les clients qui sont habitués à avoir une lamination sur le vinyle imprimé. Certains n'osent toujours pas passer à l'impression UV sur support rigide par peur de ne pas avoir de protection suffisante. La qualité des nouvelles encres UV est déjà bonne, le vernis offrira encore plus de garantie. La vernisseuse nous ouvre également les portes d'un

nouveau marché, celui de l'ameublement en bois. Beaucoup de menuisiers utilisent ce type de machine pour vernir les meubles », explique Gilles Longtain. Tandis qu'avec la Durst Rho, Comink se concentre malgré la polyvalence de la machine sur l'impression de textile, notamment pour les caissons lumineux. Dans le courant de l'année, l'entreprise envisage encore d'investir dans une table de découpe numérique. Et ce n'est pas tout : l'imprimerie en ligne occupera à partir de septembre une partie du bâtiment occupé par Igepa à Awans. Gilles Longtain : « Nous avons besoin de nous agrandir et le fait d'occuper le même bâtiment que notre fournisseur de supports nous garantira un approvisionnement plus rapide ». Comink gagnera plus de 1000² de superficie à travers ce déménagement.

Effet papillon

La crise aurait-elle épargné Comink ? « Non ! Nous avons été très impactés comme tout le monde », rétorque Gilles Longtain. « Quand l'épidémie est arrivée en Italie, nos clients ont progressivement cessé de commander des impressions sur notre site. Ens-

uite, la production s'est arrêtée du jour au lendemain quand on a commencé à parler de confinement. Pendant une semaine, le téléphone ne sonnait que pour annuler des commandes ou pour cesser une production. C'était dingue. Le webshop est resté vide pendant plusieurs jours. C'était du jamais vu. »

Pour Gilles, il était trop tard pour se lancer dans les applications de protection en plexiglas : le matériau était déjà en rupture de stock partout ou en précommande. L'entreprise est alors partie à la recherche d'autres matériaux transparents pas chers et accessibles rapidement. « Nous avons pensé à monter un film en PET sur un roll-up et nous avons ensuite proposé le produit sur Facebook. Il pouvait être placé entre les rayons ou dans les lieux sans comptoir. L'avantage c'est que le roll-up est réutilisable et le film PET est recyclable », dit Gilles Longtain. La demande est partie instantanément et 8000 pièces ont été vendues en quelques semaines, principalement dans des chaînes de distribution. Ce type de roll-up a d'ailleurs été largement utilisé aux caisses des magasins Colruyt. « Pendant le confinement, on ne vendait plus que ça. Cela a fait du bien à beaucoup de monde. Nous avons racheté des roll-ups et des films à des sociétés qui n'avaient plus de boulot. Nous avons engagé temporairement quatre personnes supplémentaires qui ne travaillaient plus et nous avons aussi donné du travail à des chauffeurs indépendants pour assurer 600 livraisons. C'est dans ces moments-là qu'on se rend compte de la force d'une société et de la puissance de ce qui peut graviter autour. Nous avons pris conscience

que nous étions acteurs à 100% », dit Gilles Longtain. Malgré la vente de roll-up de protection, la demande pour des écrans de protection continuait de persister dans un contexte où le plexiglas était toujours en rupture de stock. Avec le film en PET, Comink a finalement conçu une autre alternative avec des panneaux en polystyrène collés en sandwich avec le film. « Nous avons créé un design qui nous permettait de découper les panneaux au lieu de les fraiser pour gagner du temps. Nous avons essayé de réagir vite et d'être innovants. C'est l'avantage des petites structures : on peut prendre des décisions très rapidement. Et le fait d'être totalement équipé est aussi une grande force », dit Gilles.

Fort, mais solidaire

C'est donc la vente de roll-up et des panneaux de protection à base de PET et de polystyrène qui a permis à Comink de maintenir la tête hors de l'eau pendant la période de confinement. Après la réouverture des commerces, les demandes d'impression ont commencé à revenir. À la fin du premier semestre 2020, Comink s'en sort relativement bien : « Nous avons acheté moins de matériaux, ce qui fait moins de stock, et nous nous sommes concentrés sur quelques supports. Par rapport à la même période l'année précédente, nous avons réalisé un chiffre d'affaires plus important. Mais ce n'est pas terminé, il reste encore un semestre à passer et les mois de juillet et août seront encore difficiles. Nous pourrions tirer toutes les conclusions en janvier. » Soulignons néanmoins que l'entreprise n'a pas fait cavalier seul, mais a aussi fait preuve de solidarité en péri-

ode de crise. De nombreux roll-ups ont été offerts à des indépendants dans le besoin et des chutes de PET ont été données à des sociétés capables de fabriquer des visières avec des profils imprimés en 3D. Gilles Longtain : « Il faut aussi aider. Si toutes les entreprises restent ouvertes et qu'il y a peu de faillites, ce sera bon pour tout le monde ».

Des leçons tirées de la crise

Comink a tiré des leçons de la crise et a pris conscience de plusieurs choses sur le secteur : « Nous nous sommes rendu compte à quel point nous étions tributaires du secteur événementiel au sens large. En dehors des grandes chaînes de magasins, les événements sont ceux qui font le plus de publicité. Nous avons comme clients finaux des organisateurs de festivals, mais aussi des fabricants de stands. C'est impressionnant de voir comment tout s'est arrêté à cause du secteur événementiel. Nous savons que nous ne reverrons pas tous ces gens qui commandaient chez nous avant au moins septembre. » Certaines pratiques internes ont aussi pu être revues pendant la période de lockdown : « C'était intéressant de pouvoir se remettre en question et de passer en revue toute l'offre de supports disponible sur le marché. Nous n'aurions jamais pensé que nous aurions pu vendre uniquement des panneaux transparents, car ce n'est pas notre secteur d'activité. On se dit alors que le secteur de l'impression est un secteur important. On reste producteur et on est capable de faire preuve de flexibilité pour offrir de nombreuses solutions en dehors de notre domaine d'activité », dit Gilles Longtain.

Aurelia Ricciardi ■

SIGN2COM reporté aux 10-11-12 octobre 2021

La crise du coronavirus frappe durement bon nombre d'entreprises et de secteurs. L'industrie de la signalétique voit son chiffre d'affaires chuter, elle aussi. Le climat d'investissement actuel n'est de ce fait pas favorable, dit l'organisateur du salon, Kortrijk Xpo. En conséquence de quoi, Sign2Com, le seul et unique salon belge dédié au secteur du print & sign, est reporté à l'année prochaine.

Selon le communiqué de presse, beaucoup d'exposants considèrent que, compte tenu des circonstances actuelles, il n'est pas souhaitable que SIGN2COM se déroule en septembre de cette année. Nous nous voyons dès lors dans l'obligation d'annuler la tenue de l'événement en 2020, pour l'organiser en octobre de l'année prochaine. L'agencement du salon sera conservé et l'ensemble des engagements et manifestations connexes seront maintenus – seule la date change : octobre 2021. L'équipe de

SIGN2COM se dit optimiste pour l'avenir : « Nous voulons mettre ce délai supplémentaire à profit pour ancrer l'édition 2021 plus solidement encore et faire en sorte que les exposants puissent de nouveau faire des affaires fantastiques en octobre. Ainsi pourrions-nous leur offrir la qualité et le retour auxquels ils sont habitués. Gardez courage, restez vigilants et surtout prenez soin de vous ! Nous avons hâte de faire de l'édition 2021 de SIGN2COM un très grand succès ! »