



→ AVENIR

DIADÉIS, L'AUTRE FAÇON DE FAIRE DES EMBALLAGES

Diadéis est un cas d'espèce dans le paysage français de l'emballage. Plateforme de production, interlocuteur unique des donneurs d'ordre, elle accompagne les marques dans la réalisation de leurs emballages : de la conception, à la photogravure, à l'impression et ce dans

le monde entier, avec ses implantations sur tous les continents. Etiq&Pack a rencontré son dg, Guillaume Postel.

On en entend des choses sur Diadéis, beaucoup de choses, dans les allées des salons ou dans les travées des congrès, et les avis divergent selon les périodes. Pour certains, c'est l'hydre de Lerne, protéiforme dont on retrouve la concurrence à tous les coins de rue ; pour d'autres, c'est le lion de Nemée à la peau si dure qu'elle en devient increvable. On l'appelle plateforme de production et on critique sa mainmise sur les donneurs d'ordre avec lesquels elle travaille, mais secrètement on l'envie. On a entendu des acteurs du secteur utiliser la perte ou le non-renouvellement de ses contrats (une vraie légende urbaine) pour expliquer que le modèle n'est pas bon. Ce qu'on sait, c'est que les graveurs flexo surveillent ses faits et gestes, et s'ils critiquent, c'est souvent pour mieux s'en inspirer. Bref, il nous fallait en savoir plus. Point de monstre au couteau entre les dents lors de notre rendez-vous dans les locaux parisiens de Diadéis, à côté du Pont de Garigliano et du siège de France Télévision. On rencontre un CEO, pardon un dg, jeune quadra, avenant, l'œil pétillant qui utilise le mot rigolo pour parler de curiosité (et s'en excuse d'ailleurs) comme un ingénieur pourrait le faire. Guillaume Postel, malgré ses allures de jeune homme pressé, dirige l'expansion globale de Diadéis comme d'autres joueraient à un jeu de stratégie. On sent que l'objectif est clair et réfléchi : atteindre une taille suffisante et une envergure mondiale. Cela ne l'empêche pas d'y prendre plaisir.

UNE CROISSANCE MAÎTRISÉE

D'après la plaquette du groupe, l'histoire de Diadeis s'insère dans celle du Groupe Berger-Levrault, éditeur et imprimeur réputé dont la création remonte à 1676. Diadeis était la filiale prépresse et développement logiciel de cet

LES 4 COMPÉTENCES DE DIADÉIS

Brand implementation : Gestion et coordination de la chaîne graphique à un niveau international, exécution et photogravure, maquettes et prototypes, modélisation 3D, formes imprimantes.

Brand guardian : Gestion de la qualité (certification ISO 9001), gestion de la couleur et de l'impression

Brand lifecycle technology : mise en place d'outils collaboratifs personnalisés (workflow, validation en ligne, DAM, e-reporting, content management), innovation et solution engineering

Brand creation : Design graphique, design volume et innovation, conseil en communication, éco-conception, production photos et retouches créatives.

diadeis 
creating brand efficiency

imprimeur historique et a ainsi participé de près aux évolutions technologiques et organisationnelles du monde de l'imprimerie. En 2000 Berger-Levrault abandonne sa branche graphique. 2000 c'est aussi la date où Jean-Charles Morisseau le président actuel de Diadéis prend ses fonctions. Il recrutera un an plus tard Guillaume Postel comme directeur des opérations puis lui donnera la direction générale en 2009.

En 2003, la société prend son indépendance, puis change son nom en Diadeis trois ans plus tard. La nouvelle société développe ses compétences en production de supports multilingues et multicanal à travers des projets européens d'envergure pour le compte de grandes multinationales ou des Institutions Européennes.

En 2008, Diadeis ouvre une filiale en Allemagne dans la ville de Francfort. En 2009, Diadeis fait l'acquisition des activités packaging et publishing de la plateforme prépresse Graphotec, acteur majeur en France, comptabilisant 40 ans d'expérience dans le métier située là où elle se trouve encore. Ses compétences en création, son expertise technique et sa base de partenaires imprimeurs et clients viennent renforcer le modèle de gestion de projets complexes de Diadeis, faisant de la société une agence de premier rang parfaitement en phase avec les nouveaux besoins et modes d'organisation des annonceurs.

Le développement de l'agence passe à la vitesse supérieure. L'entreprise réorganise en 2011 ses activités, en vendant sa branche historique de numérisation et en ouvrant une filiale en Espagne, Diadeis Iberia, à Barcelone. En 2012, Fabrice Peltier et son agence P'Référence rejoignent Diadeis qui complète ainsi son offre de service en intégrant le design graphique et le design volume.

LA TAILLE CRITIQUE

A partir de 2013, c'est la course à la taille critique. Diadeis accélère son développement à l'international avec l'ouverture de filiales en Asie et en Amérique. En mai 2014, avec l'acquisition d'Alia Premedia, la plus grande structure pré-presse de packaging d'Inde, Diadeis renforce fortement sa présence en Asie. En décembre 2014, Diadeis fait l'acquisition de Graphic



Guillaume Postel,
dg de Diadéis

Au-delà de l'aspect culturel, dont on parle toujours, les pays sont à des stades très différents de leurs démarches graphiques emballages

