

LES
ETOUS
NS

ackaging
érations
g complexes
pages

QUES
TS DE
ES

aille avec quelque
es, 60 groupes
aux et 25
mptes dans le
r :

estlé, Unilever,
lsberg, Nestlé,
hweppes, General
, United Biscuits,
H, Unilever,
ty, Novartis, GSK,
ckiser, Kimberly-
enault,
Décathlon,
erc, etc.

Systems Group, un des leaders américains de la production créative, basé à New York.

Aujourd'hui, Diadéis réalise 50 millions d'euros de CA avec 600 personnes réparties de façon égale sur les quatre grandes plaques géographiques de ses clients : Europe (les 150 sont quasiment tous à Paris), Amérique (New York avec le rachat de Graphic System Group), Asie (Chine, Inde et Singapour), Afrique et Moyen-Orient. Tout géant qu'elle nous paraisse, Diadéis est encore petite par rapport à ses deux grands concurrents mondiaux Matthews (qui a repris Schawk et pèse 300 millions d'euros de CA) et Southern Graphic System, mais a en revanche dépassé Sonoco-Trident. Comme dit Guillaume Postel, avec un sourire : « Nous ne fabriquons pas de formes imprimantes, contrairement à nos concurrents, donc cela fausse les comparaisons, mais il nous reste du chemin à parcourir pour monter encore dans la hiérarchie mondiale ».

Comme Diadéis a développé une offre, allant de la création des supports de communication à la gestion de l'impression, mais comprenant également un accompagnement en gestion de projet et en optimisation des processus marketing, notamment par la mise en place d'outils collaboratifs mais aussi grâce à certains de ses salariés qui sont implantés directement chez les annonceurs, elle doit être capable d'intervenir partout dans le monde.

L'une des tâches importantes du dg est d'organiser cette globalisation qui est selon ses propres termes « bien plus qu'une internationalisation ». Car Diadéis doit faire face à des cultures différentes et ne peut arriver avec une démarche impérialiste comme c'était encore la coutume dans les années 1960. L'implantation, comme en ce moment au Brésil, est réalisée progressivement : étude de marché préalable pour voir les grands comptes et repérer les clients (car même s'ils sont connus sur d'autres continents, rien n'est joué localement) ; voyage pour comprendre les enjeux locaux afin de n'être ni en retard ni en avance dans l'offre qui sera ensuite bâtie ; visite des partenaires éventuels et définition éventuelle de cibles pour la croissance externe ; mise en place d'une structure organisationnelle, avec relations bancaires, pouvoirs publics, recrutements ; enfin installation avec prospection commerciale forte.

GÉOGRAPHIE, COULEUR ET MERCHANDISING

« Au-delà de l'aspect culturel, dont on parle toujours, les pays sont à des stades très différents de leurs démarches graphiques emballages », explique Guillaume Postel. « En Europe, la chaîne graphique est très bien organisée. Aux USA, la chaîne graphique est en train de s'organiser, mais les donneurs d'ordre sont pour l'instant moins exigeants qu'en Europe. En Chine, on en est encore aux prémices, le secteur est en pleine éducation, ça ressemble à la France d'il y a dix ans ».

Après le Brésil, ce sera au tour de la Thaïlande, de l'Indonésie, de la Russie, et ce avant la fin de l'année. Bref, ce sont toujours des pays aux marchés assez grands pour abriter des clients de taille suffisante. Il n'y a pas de poids minimal pour être client de Diadéis, en revanche, et le dg ne s'en cache pas, il faut peser suffisamment sur son marché pour avoir besoin d'un prestataire comme Diadéis. Il n'y a pas d'ostracisme chez Diadéis, mais les forfaits au temps passé conclus la plupart du temps sur une période de trois ans doivent atteindre au moins les 100 000 euros pour que tout le monde y trouve son compte. On ne roule pas en grosse berline dans les sentiers de grande randonnée !

Aujourd'hui, Diadéis propose plus de services, au-delà du pack, de la création tactique ou opérationnelle, au-delà du pré-presse, de la photogravure, du suivi de production. Diadéis met en avant sa capacité à gérer les traductions grâce à « une mémoire des traductions » qui lui permet de gérer jusqu'à 23 langues sur certains packs ! Elle offre aussi un meilleur monitoring de la couleur grâce à un partenariat avec X-Rite/Esko et elle est le premier en France et en Europe à avoir le PantoneLive et le Colorcert pour aider l'imprimeur à régler ses machines.

En plus du pack, Diadéis commence à s'intéresser au merchandising toujours dans l'optique d'apporter un service plus important à ses clients. On verra si cette activité, souvent très déconnectée (pas forcément à bon escient) du pack sera un canal de croissance, en plus du développement géographique. Guillaume Postel nous en reparlera sans doute bientôt, entre deux avions, car il lui reste encore beaucoup de pays à conquérir.

Jean Poncet

Star Plate

Film Négatif HD jet d'encre



La solution Star Plate a été conçue pour vous permettre de fabriquer des films négatifs et positifs de type Flasheuse.

Les films Haute densité sont parfaitement compatibles pour réaliser toutes vos plaques Flexo, Typo ou écrans serigraphiques.

Fini les ruptures de trame !

Smart Screen est une technologie de tramage, de nombreuse fois primée, qui permet de reproduire de très haut niveaux de finesses, particulièrement dans les Hautes lumières.



Sans Chimie



Linéature maxi 175 Lpi



Multi-process

CODIAG
france
PARTENAIRE EXCLUSIF
www.codiag.com

