

ID NUMÉRIQUE POURSUIT SA CROISSANCE

ID NUMÉRIQUE, UNE ENTREPRISE QUI NE CONNAIT PAS LA CRISE. UNE INSOLENTÉ CROISSANCE DE 40 % SUR L'ANNÉE 2009, UNE PERFORMANCE SINGULIÈRE DANS DES CONDITIONS DE MARCHÉ SINGULIÈRES. UN MODÈLE ÉCONOMIQUE ADAPTÉ AU SECTEUR AVEC DES VENTES DE MATÉRIELS COUPLÉES À LA VENTE DE CONSOMMABLES. REVENDEUR DES MARQUES HP, MIMAKI ET EPSON, RENCONTRE AVEC SON PDG, JEAN-PAUL BOHÉLAY.

Par **Gildas Rondepierre**

L'entreprise est implantée à Vannes dans de vastes locaux de 2000 m² récemment agrandis pour permettre le stockage de consommables. Des locaux fonctionnels baignés dans la lumière morbihannaise bien connue des autochtones.

L'entreprise est également présente en région parisienne où elle possède un show-room et une équipe de cinq personnes pour répondre rapidement aux besoins des clients. Elle s'est rapidement développée au gré des choix stratégiques de distribution opérés par son Pdg et se veut bien plus qu'un distributeur.

L'ÉCOLOGIE AU CŒUR DE LA RÉFLEXION STRATÉGIQUE

Au moment de choisir les partenaires avec lesquels ID Numérique travaillerait dans les années à venir, Jean-Paul Bohélay a misé sur la « *green attitude* » en jouant notamment sur les propriétés écologiques des encres Latex commercialisées par HP. C'est donc naturellement que la société distribue la marque via ses grandes « Latex L65500 ». Ce positionnement est primordial pour l'entreprise qui voit ses clients lui

imposer bien souvent un cahier des charges dans lequel le respect des impératifs écologiques est la condition *sine qua non*. « *En 2009, l'évolution des mentalités a été très rapide et les investisseurs ne peuvent plus ignorer la partie écologique* ».

Pouvoir répondre à ces demandes est donc capital. Il s'agit, selon Jean-Paul Bohélay, « *d'une tendance lourde du marché qui n'en est qu'à ses débuts* ». La mise sur les matériels aux encres latex était, il y a encore peu, un vrai pari que la société a relevé.

Des décisions qui s'avèrent payantes aujourd'hui avec 12 HP Scitex L65500

machines vendues en 2009.

« *On se positionne avec HP et Mimaki dans le métier du grand format* » confirme Jean-Paul Bohélay.

L'entreprise travaille également avec Epson, un partenaire important puisque la distribution d'imprimantes Epson représente autant de chiffre d'affaire que HP mais dans la partie grande distribution. « *La marque propose de très bonnes imprimantes pigmentées petit format, idéales pour la grande distribution* » assure le PDG. La vente d'une centaine de machines est prévue en 2010.

ID NUMÉRIQUE
POURSUIT SA CROISSANCE



Jean-Paul Bohélay, PDG d'ID Numérique.

**GREEN
ATTITUDE :**
L'ÉCOLOGIE
AU CŒUR
DE LA RÉFLEXION
STRATÉGIQUE

LA CARTE MIMAKI

Pour accroître son positionnement sur le marché du grand format, l'entreprise joue également la carte Mimaki. ID Numérique s'est récemment alliée au constructeur et son objectif, au-delà de la vente de matériel, est de compléter l'offre d'HP avec une gamme destinée principalement à la communication extérieure. « *Aujourd'hui, le marché a évolué* » poursuit Jean-Paul Bohélay. « *Les matériels doivent imprimer et découper, ou imprimer seulement en favorisant la vitesse* ». Si ID Numérique distribue aujourd'hui la gamme Mimaki, c'est qu'elle correspond selon



ID NUMÉRIQUE POURSAIT SA CROISSANCE



Vannes, le siège historique avec ses 2000 m² de locaux. Après l'ouverture d'une agence commerciale et technique en région parisienne, ID NUMÉRIQUE est désormais aussi présente sur Bordeaux.



900 m² de stockage de consommables.



Yannick Allano, en charge du département technique.



son Pdg à une clientèle précise que l'entreprise ne touchait pas auparavant. Ainsi, plus de 42 machines ont été vendues en 2009, de la Print & Cut au Flatbed, assurant ainsi à ID Numérique des résultats spectaculaires sur la période 2009.

LE SERVICE TECHNIQUE, UNE ACTIVITÉ À PART ENTIÈRE

« ID Numérique n'est pas un simple distributeur HP ou Mimaki. Nous apportons une réelle plus-value au client par la maîtrise de l'environnement technique des matériels » explique Jean-Paul Bohélay.

La société est d'ailleurs référencée chez HP comme un intervenant direct de son SAV (le technicien ID Numérique intervient au nom de la marque).

Pour suivre l'évolution des résultats, les quatre techniciens permanents en 2008 ont été renforcés par quatre autres techniciens, l'ensemble étant répartis sur les sites de Vannes, Bordeaux et Paris. Aujourd'hui, la notoriété technique est importante et elle permet à l'entreprise d'aborder un marché de renouvellement avec la pleine confiance de ses clients.

« Etre prestataires de service permet à nos techniciens de se former en permanence », poursuit Jean-Paul Bohélay. En effet, et notamment sur les marchés industriels, la société assure la formation du client dans un premier temps, puis amène un opérateur pour une aide à l'exploitation quotidienne de la machine. « Le client n'est jamais lâché dans la nature une fois le matériel

REPÈRES

ID NUMÉRIQUE EN CHIFFRES

- CA 2009 : 12 M€, dont :
70% dans les arts graphiques et
30% dans la grande distribution

livré » renchérit Jean-Paul Bohélay. Et sur certains gros faiseurs, ID Numérique assure même contractuellement la production en interne du client en cas d'immobilisation du matériel, et ce, de façon confidentielle et dans un espace dédié.

La mise en avant du service technique n'est pas la seule ressource humaine valorisée par ID Numérique. L'ensemble des 30 personnes de la société est amené, à un moment où à un autre, à entrer en contact direct avec un client. Et il n'y a pas de portefeuille client réparti dans l'effectif, « chacun est responsable de sa relation avec le client », un système qui évite au client les inerties ou la lenteur du service.

QUEL AVENIR APRÈS LA CROISSANCE OBSERVÉE EN 2009 ?

La consolidation. L'entreprise possède une kyrielle d'atouts pour aborder 2010 avec sérénité : une gamme de produits complémentaires proposée par des marques à la fiabilité reconnue, une équipe technique soudée, réactive, compétente, et renforcée de quatre techniciens très récemment. 2010 verra aussi peut-être une évolution technologique importante avec l'apparition éventuelle de la « flatbed aux encres écologiques » pronostique Jean-Paul Bohélay, même si pour le moment, rien n'est encore officiel... ■

DIVERSIFICATION ET ACQUISITION

ID Numérique ne vend pas que des matériels, elle propose également une gamme de consommables dont le produit représente 60 % du chiffre d'affaires de la société. Grâce à des marchés importants liés à la grande distribution, « nous avons une puissance d'achat de matière importante et des prix attractifs grâce aux volumes que nous générons dans ce secteur ». La signature récente avec Aslan pour l'adhésif numérique en est le dernier exemple. Et l'entreprise a acquis, via SpiritDisplay en septembre dernier, un système de tension de toile.



Marabu



Marabu France

La qualité au service de l'excellence

Encres Marabu pour sérigraphie,
tampographie et impression numérique

Distribution exclusive de la ligne chimique KIWO

3 sites de tension d'écran

Distribution des tissus SEFAR



SEFAR



Stand G14/G16



Pour tout renseignement
complémentaire:
Marabu France
14-20, rue Marcel Dassault
93141 BONDY
Tél.: 01 48 02 73 73
Fax: 01 48 02 43 19
E-mail: vente@marabu.fr