

# SIGNINFORMOSERI

LE MAGAZINE DE L'EXPRESSION VISUELLE

DÉCEMBRE 2017 - FÉVRIER 2018 • N° 263 • 12€



DOSSIER P. 26

## QUELS RELAIS DE **CROISSANCE** POUR 2018 ?

### INTERVIEW

Serge Raudet,  
Fondateur et Directeur d'EPS  
P. 18

### REPORTAGE

Figarol délaisse l'impression UV  
pour la sublimation  
P. 22

### J'UTILISE

Imprimerie Roland  
s'élargit au grand format  
P. 40

# INTERVIEW

## SERGE RAUDET

FONDATEUR ET DIRECTEUR D'EPS

### « Accord EPS-Mimaki : développer les décors enroulables imprimés

MIMAKI, FABRICANT JAPONAIS DE SYSTEMES NUMÉRIQUES D'IMPRESSION, ET EPS, DISTRIBUTEUR FRANÇAIS D'ÉQUIPEMENTS DE FINITIONS ET DE CONSOMMABLES, ONT ANNONCÉ EN SEPTEMBRE UN ACCORD DE PARTENARIAT. EPS COMMERCIALISERA DES SOLUTIONS MIMAKI CIBLANT DES CLIENTS INDUSTRIELS ET DES SPÉCIALISTES DE LA PROTECTION SOLAIRE. TOUR D'HORIZON, AVEC SERGE RAUDET, DIRECTEUR D'EPS, DES ENJEUX ET DES PERSPECTIVES ASSOCIÉS À CET ACCORD.



© « Photos PRODOTTI France »

# VIEW



**Serge Raudet, Directeur d'EPS :**  
*"Mieux communiquer  
et enrichir sa décoration  
grâce à l'impression  
sur stores".*



## **Quels sont les principaux éléments du positionnement d'EPS ?**

Notre premier secteur d'activité est le "post-print" : nous commercialisons des matériels destinés aux différentes techniques de finitions, comme des laminateurs, des bancs de soudures, des systèmes de couture pour le textile imprimé, des sertisseuses, des systèmes de découpe laser et de découpe à plat ... Nous proposons également une large gamme de consommables.

Au sein de cette activité post-print, il y a un segment plus "industriel", appelé EPS Process.

Le deuxième grand pôle est EPS Confection. On n'est plus dans l'impression numérique : il cible la protection solaire, c'est-à-dire les entreprises qui produisent des stores intérieurs / extérieurs, des décors intérieurs en toile tendue, des bâches pour l'extérieur comme on en voit dans les restaurants, etc. Nous leur proposons notamment des solutions de découpe dédiées à cette activité.

## **Vous venez d'annoncer un accord important avec Mimaki.**

### **Quel en est le périmètre précis ?**

Cet accord avec Mimaki ne cible pas le monde du print, mais celui de l'industrie de la protection solaire, ainsi que le monde industriel. Il concerne les systèmes d'impression à plat ou en roll to roll.,

## **Cible-t-il des clients que vous connaissez déjà ? À quelle demande précise répond cet accord de distribution ?**

Ce sont généralement des clients industriels, spécialisés dans la protection solaire, chez lesquels nous avons déjà installé de nombreux systèmes de découpe et de soudure. Le besoin que nous ressentons chez nos clients, ou que nous leur suggérons, c'est : pourquoi n'imprimez vous pas vos supports de manière à ce qu'ils permettent à vos clients finaux de mieux communiquer ou de proposer des imprimés décoratifs grâce à une impression sur des toiles blanches ou de même couleur.

Ce type de décoration, c'est-à-dire l'impression sur les stores, est en effet une tendance très en vogue aux États-Unis ou en Asie. Nous l'observons à travers nos relations avec nos partenaires, en Espagne, en Europe et ailleurs dans le monde. En France, ça ne bouge pas encore beaucoup, mais nous poussons activement sur cet axe. C'est dans cette optique que je me suis rapproché de Mimaki, qui a tout de suite accepté d'avancer avec nous dans ce sens, parce que c'était une idée qui était déjà dans l'air.

## **Dans quelle stratégie de développement d'EPS s'inscrit cette alliance avec un fabricant tel que Mimaki ?**

### **Un renforcement de la cible industrielle ?**

Oui, il s'agit d'un développement vers







## INTERVIEW SERGE RAUDET DIRECTEUR D'EPS

# Un budget d'investissement de plusieurs centaines de milliers d'euros sur les 4 à 5 prochaines années

► le secteur industriel. Ce secteur regroupe des entreprises qui ne sont pas dans le monde du print, mais qui peuvent faire de l'impression pour la décoration et qui sont intéressées par ces marchés. Par exemple, des spécialistes des stores métalliques, ou de l'impression sur verre, ou sur bois, et qui veulent développer leurs ventes, via des réseaux de distribution ou des sites Internet.

Nos clients "storistes" veulent aujourd'hui intégrer des systèmes d'impression numérique de manière à pouvoir proposer à leurs clients des solutions de décors enroulables imprimés.

### Il s'agit donc aussi d'un développement vers les applications de décoration ?

Oui, il s'agit de montrer que certains clients ne communiquent pas suffisamment sur ce type de support, ou, plus généralement, que l'on ne décore pas suffisamment ce type de support. Ces clients sont très diversifiés et sont demandeurs de solutions susceptibles d'apporter de la valeur ajoutée à leurs produits, et qui souhaitent également anticiper ce qui va arriver dans les années qui viennent.

### Cette initiative semble s'accompagner d'investissements importants de votre part ?

Le budget d'investissement sur les quatre à cinq prochaines années atteindra plusieurs centaines de milliers d'euros. Tout d'abord, nous allons doubler notre surface de locaux. Nous sommes sur deux sites : un show-room de 400 m<sup>2</sup> à Chassieu (région lyonnaise) et un 2<sup>e</sup> site à Aoste (dans l'Isère), regroupant notamment l'activité logistique et le stockage. Le site de Chassieu va doubler en surface, pour atteindre pratiquement 800 m<sup>2</sup>. Il est sur le

point d'accueillir deux machines Mimaki, qui serviront aux démonstrations pour nos clients dans le show-room : impression à plat sur supports rigides et impression en roll to roll, pour pouvoir réaliser des prototypes pour nos clients storistes et confectionneurs travaillant sur bâches, tissus et toiles en bobines.

Nous avons, en outre, deux recrutements en cours : un commercial et un technicien.

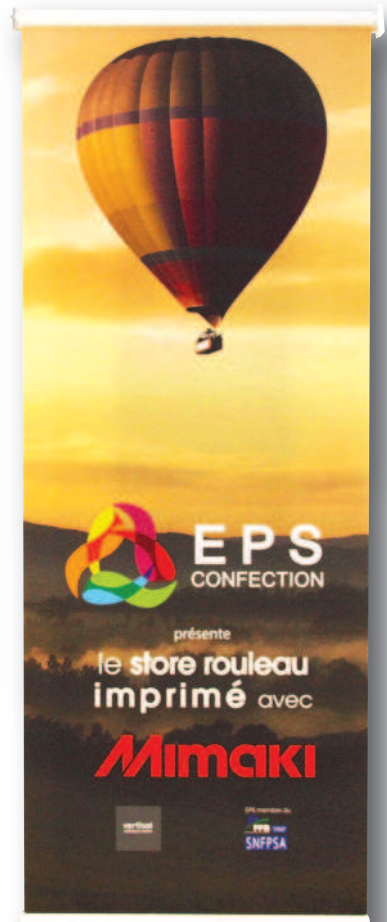
### Des investissements importants, en effet... avec quelles perspectives de développement ?

Au niveau du chiffre d'affaires, je projette une augmentation importante la première année, que nous espérons bien consolider par la suite.

Cela représentera un vrai bond de notre chiffre d'affaires, qui avoisine actuellement 3 millions d'euros. Mais nous avons déjà enregistré régulièrement des croissances annuelles à deux chiffres sur ces dernières années.



Le showroom d'EPS s'apprête à accueillir deux nouvelles machines Mimaki pour l'impression de stores.



### Des extensions à cet accord sont-elles déjà envisagées ?

Il y a des discussions en cours pour intégrer à terme la sublimation, puisqu'il y a certains textiles, comme les polyester, dans le monde du solaire, qui sont sublimateurs. Cela apporterait une meilleure durabilité par rapport aux encres UV utilisées actuellement. Cela se fera dans une deuxième étape, courant 2018. ■