

Publigraphic innove en tête de gondole

On pourrait croire qu'il n'est pas facile de se faire un nom quand on affiche partout celui des autres. Pourtant, à force de travail et d'innovation, Publigraphic a su se faire une place jusque dans le quotidien de chacun. Sans même qu'on s'en aperçoive.

Ce sont des incontournables, dont l'absence se ferait aussitôt sentir dans le paysage commercial. On les connaît sous le nom de PLV, publicité sur les lieux de vente. Ce sont tous les supports, présentoirs publicitaires, affichettes, autocollants et bien d'autres qui peuplent nos magasins, des bureaux de tabac aux grandes surfaces. Et pour que le peuple des annonceurs colonise les rayonnages, c'est Publigraphic, société implantée à Pont-l'Abbé, qui met en forme les armées de slogans.

Innovation et précision

« Le but, c'est que l'imagination devienne réalité », explique Frédéric Guemas, gérant depuis 2001 de la société, née en 1974 et qui compte aujourd'hui 18 salariés. En clair, Publigraphic transpose les projets publicitaires sur tous les supports, plastique, bois ou verre. Avec, toujours, un souci d'être à la pointe de la technologie. « Depuis deux ans, poursuit Frédéric Guemas, nous investissons 10% de notre chiffre d'affaires dans de la technologie de pointe ». À 1,3 M€ de chiffre d'affaire par an,



● Frédéric Guemas, gérant de Publigraphic depuis 2001, a fait de l'innovation et du développement durable l'un des atouts de la société.

grâce à des clients de tout l'Hexagone, le calcul est vite fait. 130.000 € en 2006 pour une table à découper numérique, autant cette année pour une imprimante numérique à UV. Des machines qui fascinent Frédéric Guemas. Et il le reconnaît. « C'est vrai que ça m'arrive de rester regarder travailler la découpeuse, par exemple, qui découpe le support avec la forme voulue, au dixième de millimètre près ». De la précision, il est aussi question avec la nouvelle imprimante numérique, la seule de ce genre à ce jour dans le Grand-Ouest et arrivée il y a quelques semaines à Pont-l'Abbé. « Avec cet outil, explique encore Frédéric

Guemas, on atteint des qualités d'impression encore jamais vues. C'est quasiment de la photo et sur n'importe quel support, avec une encre dont la tenue, en extérieur, est garantie entre 18 et 24 mois ».

Produire moins de déchets

Cette volonté d'accompagner le développement technologique est aussi doublée de la volonté d'œuvrer pour le développement durable et l'environnement. Plus qu'une étiquette, une vraie préoccupation pour Frédéric Guemas. « Aujourd'hui, 70% de nos déchets secs sont recyclés, mais nous avons aussi, dans l'équipe, pas mal de petites astuces qui per-

mettent de produire moins de déchets ». « Par exemple, nous utilisons le papier des bureaux, que nous broyons, pour emballer nos expéditions. De la même manière, pour essuyer les encres, nous utilisons des serviettes lavables plutôt que des jetables ». Histoire de préserver un avenir qui consistera, pour Publigraphic, à « consolider nos investissements, continuer à apprendre et toujours s'intéresser aux innovations ».

Marc Revel

Publigraphic, route de Quimper, BP 71009, 29121 Pont-l'Abbé Cedex, 02.98.87.05.79, www.publigraphic.fr