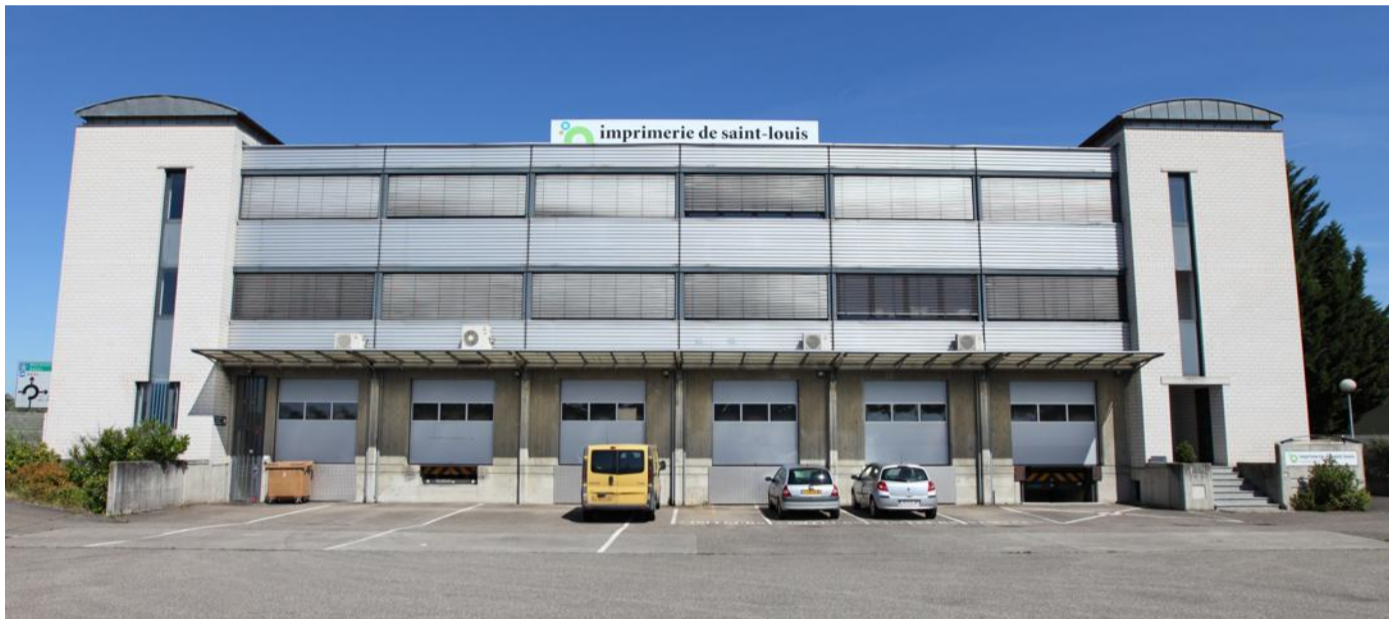


DANS LES COULISSES DES ENTREPRISES (6)

Saint-Louis fait forte impression

Créée il y a presque cinquante ans, l'Imprimerie de Saint-Louis a su s'adapter aux différents changements dans la profession et aux exigences de sa clientèle. Aujourd'hui, l'entreprise a le vent en poupe grâce à sa politique volontariste et sa perpétuelle quête d'innovation.



L'Imprimerie de Saint-Louis est idéalement située, à proximité des grands axes, ce qui facilite les déplacements pour les livraisons notamment. PHOTOS GUY BUCHHEIT

Depuis sa création, en 1974, elle a bien changé, l'Imprimerie de Saint-Louis. En premier lieu, parce que les méthodes d'impression ne sont plus les mêmes et ont elles aussi beaucoup évolué. Il a fallu s'adapter et Aksel Tackmann, qui a pris la direction de l'entreprise en 2015, après Gilbert Troendlé (de 1974 à 2010) et son fils Laurent (de 2010 à

2015), a su insuffler un vent de fraîcheur au sein de ses immenses locaux de plus de 1 000 m². « On est parti vers le très spécifique grâce à un savoir-faire qui nous permet de réaliser des supports plus techniques. Aujourd'hui, les clients veulent du sur-mesure, ils veulent se démarquer. On est toujours à la recherche du petit truc que le voisin ne fait pas. L'idée est de se différencier, que ce soit au

niveau de la technique d'impression ou du support. »

« Le papier a son importance dans le message qu'on veut véhiculer »

Une perpétuelle quête d'innovation qui pousse l'Imprimerie de Saint-Louis à être inventive dans plusieurs domaines, à l'image de cette commande pour une agence immobilière, où le support de communication s'ouvre à la manière d'un pop-up, ou de ces invitations sous forme d'origami. L'inventivité se décline aussi sur les cartes de visite où les possibilités sont quasi infinies : vernis 3D, découpe spécifique, couches multiples de papier... D'ailleurs, Aksel Tackmann est convaincu d'une chose : « Le papier a son importance dans le message qu'on veut véhiculer. Pour un client dans le domaine de l'art ou de la communication, on va choisir un papier mat, quelque chose d'un peu plus luxueux, créatif. Pour l'industriel, on privilégiera le

brillant, tout en essayant d'amener la petite touche qui fait la différence car il n'y a aucun intérêt à rester sur du traditionnel. »

Dans cette optique-là, la prise de contact et les premiers échanges avec le client sont déterminants afin de bien l'aiguiller et le conseiller. « On accorde beaucoup d'importance à la recherche, on fonctionne un peu comme un bureau d'études afin de proposer à nos clients la petite idée qui va bien pour leur permettre de se démarquer. » Et le savoir-faire de la société ludovicienne est un merveilleux atout puisqu'elle est aujourd'hui capable de répondre à toutes les demandes, même les plus insolites. Et cela sur une multiplicité de supports comme le papier indéchirable qui résiste à l'eau et aux UV, le papier adhésif sans colle qui adhère grâce à ses micro-ventouses ou encore le papier multicouches.

« Notre clientèle est composée à 95 % de professionnels »

Du côté de l'impression numérique, les demandes sont aussi nombreuses et l'Imprimerie de Saint-Louis peut, par exemple, prendre en charge les mailings d'une entreprise avec envois personnalisés. Le côté logistique se développe aussi ces dernières années puisque la société propose le stockage des imprimés, la livraison ou encore le dédouanement. Des services qui ont séduit de nombreux clients comme l'EuroAirport, la Ville de Saint-Louis, Novartis, Cryostar, Bubendorff, Endress & Hauser... « Notre clientèle est composée à 95 % de professionnels », souligne le directeur. Parmi ces clients, 15 % environ viennent de Suisse, où l'impression est bien souvent plus chère.

Enfin, un tout nouveau site internet vient également de voir le jour. Réalisé par Victor Fabrizio, stagiaire de l'Université de Haute Alsace, il est enrichi par les vidéos de ce dernier et par les photos de Guy Buchheit. Une vidéo de présentation qui explique les étapes du projet, de la prise de commande à la livraison, met aussi en scène un jeune de l'Afapei de Bartenheim, Jérôme Greder, dans le cadre d'un partenariat engagé avec la structure et qui permet d'intégrer les jeunes en entreprise par le biais de stages d'une durée de trois mois. ■

Sébastien SPITALERI

Une imprimerie toujours plus verte

Aksel Tackmann met un point d'honneur à ce que son entreprise et ses employés aient les bons réflexes en matière d'économies d'énergie et de recyclage. L'obtention du label Imprim'vert le confirme puisque l'Imprimerie de Saint-Louis respecte scrupuleusement une procédure en mentionnant au gramme près tous les déchets qu'elle recycle (papiers, produits finis, plastiques, cartouches d'encre, chiffons, pots, cartons...) « On a ajouté à cela le tri sélectif du papier en interne, explique le directeur. Avant, on mettait tout dans un compacteur, aujourd'hui, on trie tous les supports : papiers blancs, teintés, autocollants... » L'entreprise va même plus loin en formant ses salariés aux économies d'énergie. Hors de question de laisser la lumière allumée ou les machines tourner si cela n'est pas nécessaire. Les trajets en voiture sont également optimisés et l'achat de papier et de matériel se fait avec des prestataires locaux lorsque cela est possible.



La mise en encre, juste avant l'impression offset.



L'une des dernières étapes : le façonnage ou brochage.



Les possibilités d'impression sont nombreuses, grâce à un choix de papier très important.



Dix-sept employés composent l'équipe de l'Imprimerie de Saint-Louis.

LE CHIFFRE

3 585

L'Imprimerie de Saint-Louis, créée en 1974, a réalisé 4 496 commandes pour 3 585 clients en 2017. Elle affiche un chiffre d'affaires de deux millions d'euros et emploie 17 salariés, répartis dans les services administratifs, commerciaux, mais aussi à l'infographie, au numérique, à l'impression offset et au façonnage.



Aksel Tackmann est directeur de l'Imprimerie de Saint-Louis depuis trois ans.