arome
une goutte suffit
AGENCE DE COMMUNICATION
www.arome.fr
04 90 03 21 22

N°3857

l'écho du mardi

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

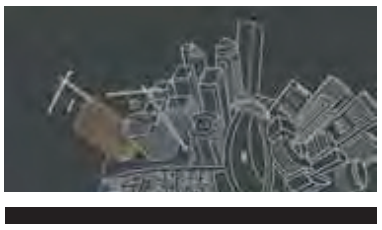
9 avril 2019

ACTUALITÉ Pages 2 à 5

Morières-lès-Avignon
Quand le foot s'invite sur le green

AMÉNAGEMENT Pages 6 & 7

Fédé BTP 84
La révolution du Bim



ÉCONOMIE Pages 8 & 9

Avignon
Chocolat : Le palet des papes

SORTIR Pages 14 à 16

Les rendez-vous culture et loisirs

JURIDIQUE Pages 17 à 22

Annonces légales et Appels d'offres

Dossier - Pages 10 à 13

Imprimerie Rimbaud Enchanteresse de papier

1,20 € - Hebdomadaire économique et juridique habilité à recevoir les annonces légales et judiciaires - Fondé en 1839 - 42, cours Jean-Jaurès - CS 90090 - 84006 Avignon Cedex 1 - 04 90 16 54 00 - www.pa84.com

Imprimerie Rimbaud
Enchanteurs de papier

L'imprimerie Rimbaud, belle entreprise de 85 ans, s'est, un jour de 1974, 'posée en bordure de la route reliant Avignon à Cavaillon', plus précisément au 888, route d'Avignon à Cavaillon. « Une architecture moderne, blanche, au milieu d'un parc paysagé planté d'oliviers par mon père », relate Isabelle Rimbaud présidente de la maison également dirigée par son époux, Stéphane Trachino qui en est le directeur-général.

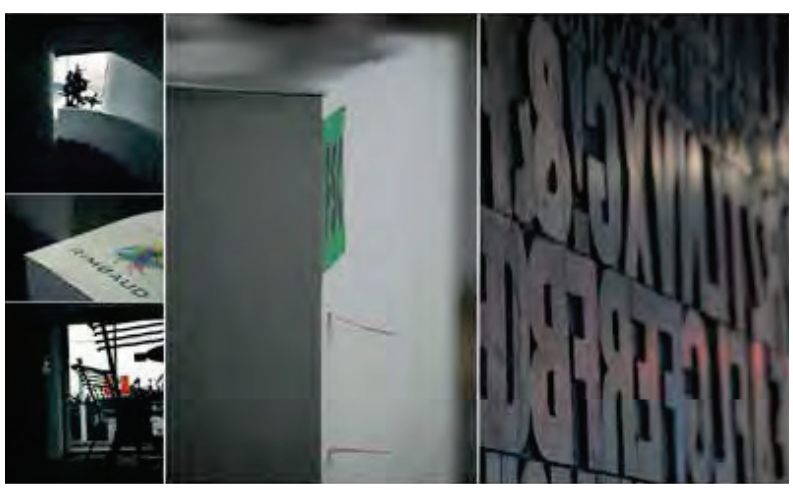
« Un destin d'entreprise étroitement lié aux couples qui la dirigent », reprend Isabelle Rimbaud, petite-fille du fondateur de l'entreprise éponyme. L'aventure commence avec Roger-Théophile Rimbaud (1912-1971), maître-imprimeur à Paris et également poète, qui descend en Provence et crée l'entreprise en 1934, en centre-ville de Cavaillon avec son épouse Marguerite. Elle sera reprise, en 1965, par son fils, également prénommé Roger avec, à ses côtés, son épouse Monique qui adjoindra à l'imprimerie 'une papeterie avec ses fournitures scolaires, ses articles fantaisie, son matériel de reprographie immédiate'. L'activité de l'imprimerie, alors située 39 avenue Victor-Basch en centre-ville de Cavaillon et la modernisation de son parc machine nécessitent plus d'espace. C'est ainsi que le couple investit, en 1974, dans un terrain de plusieurs hectares, faisant ériger un bâtiment de 1500 m² aux lignes modernes et épurées, en bord de route pour faciliter les livraisons.

Phase de développement

« Cette époque signe la croissance de l'entreprise qui, depuis 1934, a vécu la prospection des clients à bicyclette, la période noire de la guerre qui aura brisé son élan, l'euphorie de la libération avec ses fêtes et les nombreuses affiches à imprimer puis la période de reconstruction », relate Roger Rimbaud dans une ancienne brochure de présentation de l'imprimerie. En 2004, Isabelle Rimbaud, sa fille, reprend l'entreprise et créée avec son mari Stéphane Trachino le groupe familial Feuilles du Sud. Ensemble, ils œuvrent à sa croissance externe intégrant l'imprimerie Amigon à Salon-de-Provence puis, en 2011, Azur Offset à Marseille et enfin la presse de la Tarasque à Tarascon.

Au fil de la conversation

« Mon grand-père était un amoureux des textes. Il était intransigeant sur la qualité de l'impression et exigeait un rendu de très grande qualité, confie Isabelle Rimbaud. Fragile du cœur il demanda à mon père de reprendre l'entreprise familiale. Il avait à peine 14 ans et se destinait au métier d'ingénieur pétrole. S'il dut renoncer au destin qu'il souhaitait se forger, il mit beaucoup de cœur à cette nouvelle responsabilité, faisant le tour des clients pour se présenter et leur demander de le suivre, même s'il augmentait les prix afin de maintenir l'entreprise. Il réussit même à développer, dans le même temps, le portefeuille clients. Puis vint le moment de quitter le commerce de centre-ville avec ma mère, où ils s'étaient sentis trop longtemps 'esquichés' pour s'installer dans des locaux plus en adéquation avec les stocks de papier. »



Révolution technologique

« La révolution technologique de l'époque ? Passer de la typo à l'Offset. Nous étions alors en pleine expansion économique. Et puis papa et maman avaient cette vision d'anticiper la croissance de l'entreprise -ce qui n'était pas si courant à l'époque- ce qui réclamait une belle architecture, de beaux volumes, des espaces de travail dédiés. Je me rappelle que c'est maman qui obtint l'aval du banquier pour un prêt au montant très important, une démarche de femme audacieuse. Ensemble mes parents connurent l'arrivée révolutionnaire de la PAO (publication assistée par ordinateur). En arrivant à cette nouvelle adresse la photocomposition, la photogravure avaient disparu au profit de l'avènement du 'Mac' (ordinateur Macintosh) pour le graphisme, puis le computer to plate (CTP, ordinateur sur plaque). »

Le papier en héritage

«Moi ? Depuis toute petite je furetais dans l'atelier. L'été je faisais des assemblages à la main. Ce qui me plaisait ? L'odeur de l'encre, la beauté et la diversité du papier. Plus tard, après des études de commerce et avoir exercé à Paris, j'ai souhaité revenir et contribuer à l'essor de l'entreprise. Je rencontrais mon futur mari, chef d'entreprise dans l'électronique, également issu d'une famille d'entrepreneurs avignonnais et dont, fait amusant, le père et la mère s'appelaient, tout comme mes parents, Roger et Monique. Je prenais peu à peu la suite de mon père et demandais rapidement à mon mari de me rejoindre à la direction de l'entreprise car la tâche se révélait colossale. »

Un lieu qui attire les artistes

« L'imprimerie Rimbaud et les artistes ? Oui c'est une alliance de longue date à commencer par le poète et auteur René Char qui aimait fréquenter mon père dans ce nouveau lieu inspirant. Nous avions

Isabelle Rimbaud, présidente, et son époux, Stéphane Trachino, directeur général.

édité, pour lui, des affiches et un livre. Nous avons également beaucoup travaillé et réalisé des affiches pour Victor Vasarely, le plasticien hongrois, travail commandé par le musée de Gordes. Notre imprimerie est un véritable lieu de rencontres. Lorsque je reçois un artiste, d'autres arrivent. Il s'avère qu'ils se connaissent. C'est une maison de mise en relation où les gens se parlent, échangent. Sans doute parce que le lieu s'y prête. Car c'est aussi un lieu d'exposition, un musée avec de belles pièces comme cette presse et ce massicot anciens sur lesquels mon père, alors tout jeune, travaillait. Pour savoir où l'on va il faut bien savoir d'où l'on vient ! Ce sont les collaborateurs, techniciens et dirigeants qui délivrent un vrai savoir-faire et aident à faire émerger une maïeutique du projet. internet dans tout cela ? Internet existe mais ne peut, à long terme, remplacer les vraies rencontres pour faire aboutir les projets. Nous travaillons avec une équipe très ancienne de 15 collaborateurs avec un faible 'turn-over' parce qu'il y a un vrai attachement à la façon de travailler, au travail de qualité. »

La production

« Les produits Rimbaud ? Ce sont tout d'abord des ouvrages d'art, d'artistes soucieux du détail, également des livres parfois même édités en braille, des brochures, dépliants, prospectus et autres PLV (publications sur le lieu de vente), affiches, boîtes et autres packagings qui nécessitent la 3D, adhésifs, tickets, cartes postales, étiquettes, la papeterie, les autocopiants, le papier peint, les calendriers, les bâches adhésives et repositionnables comme des 'post-it' cela peut aller du visuel d'événementiel au mur d'image, les chemises, les dos carré collé (lorsque la brochure piquée ne convient pas pour la tranche de dos lisible d'un document). La maison est particulièrement appréciée pour son souci de l'esthétique, de la chromie si chère aux artistes, aux donneurs d'ordre de beaux ouvrages, à l'écoute prodiguée aux particuliers venus mettre en musique des souvenirs familiaux et autres autobiographies à valeur de transmission familiale. »

Diriger une entreprise

« Officiellement j'ai rejoint Isabelle dans l'entreprise en 2005, précise Stéphane Trachino directeur général de l'imprimerie Rimbaud. Auparavant, en 1999, Roger Rimbaud m'avait demandé de réaliser un audit sur la modernisation et la numérisation de ce métier. Internet démarrait et, avec lui, la conscience de l'ère de cette nouvelle technologie : l'informatisation. A ce moment-là Roger Rimbaud fut victime d'un accident et je me retrouvais à exercer du management de transition, en tant que directeur général consultant durant une année. Je mettais en place les préconisations de l'audit qui recommandait des investissements et une modernisation de l'entreprise. Finalement ce métier que je ne connaissais pas me plût. Entre 2000 et 2010 nous

fîmes de la croissance externe en rachetant l'imprimerie Amigon à Salon-de-Provence -qui est devenue aujourd'hui notre plateforme de commerce internet, site de vente en ligne, également support de développement d'importantes applications telles que le 'Deep learning' (algorithmes) et 'Big data' (méga-données)-, Rimbaud à Cavaillon, Les presses de la Tarasque à Tarascon et Azur Offset, à Marseille. »

Quel business pour les imprimeurs ?

« Nous sommes dans un petit village, dans un département qui n'est pas riche donc nous avons pris l'habitude de savoir tout faire. Nous avons également un rôle social sur ce territoire. Nous nous impliquons dans beaucoup d'associations locales et sommes mécènes de plusieurs associations. Aujourd'hui, les gens s'adressent à internet, même en sachant que l'imprimeur est à côté d'eux. Le paradoxe ? Des personnes situées à 300m de nous commandent sur internet sans savoir qu'ils s'adressent à nous, puis nous font livrer le travail par TNT (transport express colis) alors que nous sommes toujours à côté ! Une aberration produite par l'habitude, pour beaucoup de gens, de commander sur internet au sacrifice, souvent, du délai et de la qualité. Face à ça ? Notre réputation perdure, nous fabriquons de beaux ouvrages et apportons un niveau de service élevé à nos clients. Nous ne cherchons pas à produire plus mais à produire mieux, de façon plus ciblée, en limitant notre chiffre d'affaires à notre cœur de métier. 'Small is beautiful !' Avant 2016, le groupe représentait plus de 6M€ avec plus de 40 collaborateurs. Nous avons opéré un recentrage pour rester une petite équipe soudée de 15 personnes qui génère 2M€. Pourquoi ? Pour adapter l'entreprise avec une équipe extrêmement performante sur ce que l'on produit aujourd'hui avec de plus en plus de boîtage, le packaging, qui représente 35% de notre chiffre d'affaires, beaucoup pour l'alimentaire, la savonnerie, la parfumerie. Marché qui requiert de gros volumes. Le 2e tiers est dédié au livre et le 3e à tout ce qui touche à l'artistique. »

Internet traite les petits volumes, nous, les volumes importants

« On s'est aperçu que, sur le marché très difficile de l'imprimerie, les sites internet sont très bons sur de la faible quantité qui rime souvent avec faible qualité. Nous ne sommes plus sur ce marché. Nous nous sommes positionnés sur les gros volumes – de type, par exemple, de 50 000 exemplaires- avec une machine dédiée à cela. Les demandes proviennent du Vaucluse, des Bouches-du-Rhône, de la Drôme avec l'impression de journaux municipaux, de communautés de communes, de la métropole marseillaise. Nos atouts ? La qualité, le respect des délais, également l'accompagnement de l'entreprise : plaquette, carte de visite, papier à lettre. Nous allons au-delà du simple accompagnement commercial en accueillant des lectures, en organisant régulièrement des expositions. »

Imprimerie Rimbaud

Enchanteurs de papier (suite)

L'imprimerie de demain ?

« L'imprimerie de demain ? Elle sera numérique. En 2000 il y avait 98% d'Offset et 1 à 2% de numérique. En 2020 les proportions se sont inversées car les gens veulent peu de tirages renouvelés régulièrement ce qui correspond à la technologie numérique. Les entreprises qui marchent bien ? Elles viennent du monde d'internet avec, pour patrons, des non-imprimeurs car ça n'est pas le produit qui les intéresse mais le process : la prise de commande. C'est ce qui fait disparaître les imprimeurs de proximité au profit de mastodontes, comme le leader mondial américain, Vista Print (Cimpress) qui possède plusieurs machines comme la nôtre disséminées dans le monde et qui reste très orienté sur du tout petit tirage. Cimpress pèse 1,200 milliards de dollars de chiffre d'affaires annuel. Nous sommes dans un nouveau monde de sociétés de marque où les sociétés de fabrication sont totalement dépendantes de leur donneur d'ordre qui, lui, maîtrise la prise de commande en ligne. »

Le parc machine

Le parc machine de l'imprimerie Rimbaud propose des presses numériques telles que deux presses de production couleurs Business hub Press C1100 Minolta et deux presses de production noir Business hub Pro 1052 Minolta. Un nouvel équipement permet de réaliser des épreuves simulant le vernis sélectif. L'équipement grand format permet la réalisation de bâches, PLV, kakemonos, adhésifs découpés. Au chapitre de la presse Offset une machine dernière génération 8 couleurs permet l'impression en quadrichromie grand format (74x105cm) recto verso simultanément et une autre propose 4 couleurs en petit format (36x52cm). Avec elles la dorure, le vernis, le pelliculage, les 2 ou 4 couleurs permettent la réalisation de documents complexes. Les outils de façonnage complètent le dispositif avec 2 assembleuses-piqueuses robotisées pour la réalisation de piqûres tout format ; 2 plieuses pour tout type de plis y compris en portefeuille ; 3 massicots ; une colleuse ; 2 platines et 2 cylindres typographiques pour le rainage, la découpe, la perforation, la numérotation, le gaufrage et la dorure ; 2 piqueuses manuelles pour carnets, tickets ou produits spéciaux ; une reliure spirale métal ; une pelliculeuse mat ou brillant ; une plastifieuse pour des documents allant de 10 x 21cm au A3 ; une machine de routage pour la mise sous film de brochures et adressage avec possibilité d'encarts ; une mise sous film à l'unité de brochure pour routage pour adjoindre des documents ; de la découpe et du gaufrage grand format 71 x 101 cm pour réaliser des emballages, PLV, chemises ou même découper du carton ou du plastique.

Un travail primé, des clients fidèles

Meilleure revue municipale 2000 (Mairie de Cavaillon). 1er prix des chefs de fabrication catégorie édition française 2004 (La Patrouille de France). 1re mondiale pour l'impression en encres hybrides pour l'encyclopédie philatélique algérienne 2007. Nominée au prix des chefs de fabrication 2008 catégorie impression.

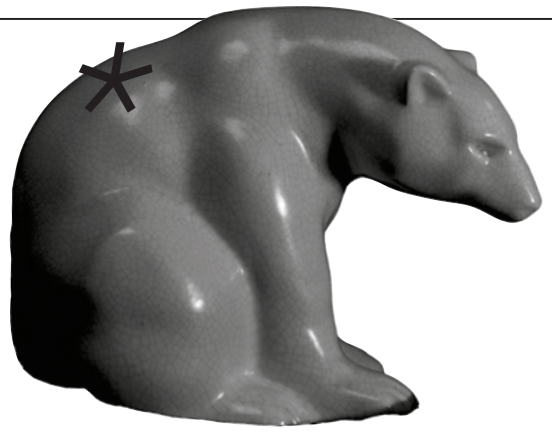
« Nous sommes attributaires de nombreux marchés d'imprimés pour les villes de Marseille, Cavaillon, Carpentras, Sorgues ; le Mucem, la Métropole Aix-Marseille Provence ; l'Arpe (Agence régionale pour l'environnement) ; la Communauté d'agglo de Tarbes-Lourdes ; les Conseils départementaux : 15 (Cantal), 84 (Vaucluse), 66 (Pyrénées-Orientales), l'Agglopole Provence, la CCPRO (Communauté de communes du Pays réuni d'Orange), la LMV (Luberon Monts de Vaucluse), la Chambre de commerce et d'industrie de Vaucluse », souligne Stéphane Trachino. « Avec l'APHM (Assistance publique-hôpitaux de Marseille), nous venons de remporter le plus gros marché d'imprimerie de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. L'Assistance publique et les hôpitaux de Marseille nous a accordé sa confiance pour les trois prochaines années sur une proposition innovante qui lie un système complet de production numérique à une prise de commande conviviale et parfaitement sécurisée sur internet. »

Les expos Rimbaud

'Les expos Rimbaud' mettent en valeur les travaux d'artistes dont la plupart travaillent sur des supports en lien avec l'imprimerie : photographies, plaques offset, papiers de récupération. Autant de fenêtres de création où le détournement et l'upcycling mettent au jour une maîtrise de techniques diverses au service de l'intelligence, de la profondeur et du beau. La prochaine exposition, qui aura lieu lundi 20 mai, révèlera les créations d'André-Yves Dautier qui recycle le papier de façon très ludique.

Mireille Hurlin

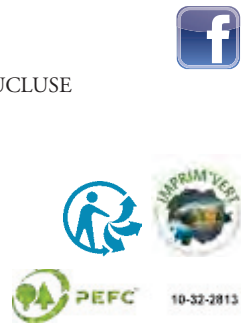
Imprimerie Rimbaud. 888, route d'Avignon. Cavaillon. 04 90 06 60 30 et 04 90 71 20 00. imprimerie-rimbaud.fr



**Dans l'édition et l'imprimerie, l'ours est un texte encadré, reprenant les noms et adresses de l'éditeur et de l'imprimeur, et le nom des collaborateurs ayant participé à la réalisation de l'imprimé. Au XIXe siècle, l'ours était le surnom donné au patron d'une imprimerie. Ce dernier, juridiquement responsable de ce qu'il publiait, était tenu de mentionner son nom et son adresse sur les livres et les journaux. Par extension, l'ours désigne aujourd'hui l'endroit où, dans une publication, sont répertoriés les noms et fonctions des collaborateurs (rédaction, services commerciaux et administratifs) avec, toujours, celui de l'imprimeur, et bien évidemment celui, obligatoire, du directeur de la publication.*

l'echo du mardi
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Propriétaire : SAS LES PETITES AFFICHES DE VAUCLUSE
Directeur de la publication et responsable de la rédaction :
Philippe Chevalier - philippe.chevalier@pa84.com
Rédacteur en chef : **Laurent Garcia - redac@pa84.com**
Rédactrice en chef adjointe : **Mireille Hurlin - mireille.hurlin@pa84.com**
A collaboré à ce numéro : **Michèle Périn, Hervé Tusseau, Nicolas François, Pierre Nicolas, Andrée Brunetti**
Annonces légales : **al@pa84.com**
Comptabilité : **Nicole Sokol - compta@pa84.com**
Directeur développement & relations commerciales : **David Pellet david.pellet@pa84.com**
Correctrice : **Nadège Cordier**
Dépôt légal à parution 2e trimestre 2019/3857
Commission paritaire n°1120 I 79642

L'Echo du Mardi - Les Petites Affiches de Vaucluse
42, Cours Jean-Jaurès - CS 90090 - 84006 Avignon Cedex1
T : 04 90 16 54 00 - Fax : 04 90 16 54 01 - www.pa84.com

ISSN 2118-7983
Reproduction interdite sans accord de l'éditeur
Imprimé par Imprimerie La Provence
248, avenue Roger Salengro - 13015 Marseille
Edité par SAS LES PETITES AFFICHES DE VAUCLUSE
Maquette et mise en page : **Devisocom**
Conception et réalisation graphique : **Saluces**
"Pour certifié conforme "
le Directeur Philippe Chevalier