Par Thierry Bienfait

ÉTIQUETAGE

PRIMERA COMPLÈTE SON PORTFOLIO

Le spécialiste des imprimantes d'étiquettes passe à l'offensive. Après avoir lancé sa LX2000e l'année dernière, il dévoile un nouveau modèle simple et compact, la LX500e.

Bien que ciblant des marchés de niche, Primera Technology voit le monde de l'étiquetage en grand. Le fabricant américain propose en effet une vaste gamme, allant des imprimantes de lames pour microscopes jusqu'à des machines de production industrielle, en passant par du matériel de marquage laser. Dans le domaine de l'impression d'étiquettes adhésives en bobine, il cible une clientèle constituée essentiellement de PME et d'artisans en proposant trois références à technologie jet d'encre et deux à technologie laser. La diversité de ses segments de marché lui vaut de figurer parmi les leaders du secteur, au coude à coude avec Epson pour la place de numéro un. Même si la société ne communique pas ses résultats financiers, Didier Jouandeau, French Office Manager du fabricant, a le sourire : *« Compte tenu de notre ancienneté, notre parc de machines installées est le plus significatif du segment. »* À en croire le responsable, malgré les effets liés à la crise économique, le C. A. afficherait une progression annuelle de 5 % en France. Pour y parvenir, Primera investit dans la R&D et sort des produits ou des nouvelles versions tous les ans. Après la LX900e, son best-seller, et la récente LX2000e, dédiée au monde semi-industriel, il lance la LX500e pour compléter son portfolio. Ce modèle compact d'entrée de gamme se présente comme une imprimante en couleurs d'étiquettes qui n'utilise qu'une seule cartouche trois couleurs monobloc et dont la laize d'impression n'excède pas 105 mm. Offrant une résolution maximale de 4 800 ppp, la LX500e répondra à des besoins marketing en étiquettes de qualité susceptibles de valoriser un produit avec un beau visuel sur son emballage.

Offrant une résolution maximale de 4 800 ppp, livrée au choix avec deux logiciels d'utilisation, disponible avec ou sans massicot et garantie deux ans, la LX500e est un modèle d'entrée de gamme chez Primera.

Alternative aux prestations d'imprimerie

Outre cette nouvelle LX500e, l'offre Primera pourrait aussi s'enrichir d'une jet d'encre destinée à l'horticulture. Afin de réussir ses lancements, Primera mise depuis ses origines sur un réseau de distribution indirect. *« Nous avons préféré commercialiser nos produits par l'intermédiaire de revendeurs, qui ont un rôle de vrais interlocuteurs auprès du client final »*, explique Didier Jouandeau. Cette politique s'est notamment traduite par des partenariats avec des grossistes spécialisés dans les points de vente et l'étiquetage, tels que BlueStar, Ingram Micro DC-POS et Eutronix. *« Nous avons choisi ces distributeurs parce qu'ils entretiennent des relations de proximité étroites avec les revendeurs,* justifie le directeur des ventes de Primera France. *En matière de services, d'assistance, de facilités et de prêts de machine, c'est un réel atout. Par ailleurs, ces structures s'avèrent plus proactives que les autres pour cibler les revendeurs capables d'adresser le même segment de marché que le nôtre et ainsi élargir l'éventail de nos partenaires. »* Selon Primera, la demande est croissante de la part de clients de plus en plus diversifiés et qui ne veulent pas s'adresser systématiquement à un imprimeur. Tel serait le cas des pâtissiers, des apiculteurs des confiseurs et chocolatiers ou des petites marques de produits cosmétiques bio, sans oublier les producteurs de vin et spiritueux – les plus gros acheteurs des jet d'encre Primera. *« Contrairement aux années 2000, où le marché était confidentiel, ce type de machine a gagné en notoriété auprès d'une clientèle qui trouve une alternative aux prestations coûteuses des imprimeurs »*, observe Didier Jouandeau. Pour leur part, les revendeurs compteront sur des marges préservées car le constructeur a prévu jusqu'à 25 % de remises préférentielles accordées en fonction du niveau d'investissement des partenaires promoteurs de ses produits. Un moyen d'éviter la concurrence des web discounters. ■

> **« Nous avons choisi des grossistes qui entretiennent des relations de proximité étroites avec les revendeurs. »**
>
> **Didier Jouandeau, French Office Manager chez Primera Technology**