



COPY TOP :

Dix-neuf Epson 9800 au service de vingt-huit magasins de proximité

Déjà bien présent depuis cinq ans sur le marché du grand format, Copy Top poursuit sa démarche en se tournant davantage vers les marchés de la communication et du Luxe. Pour cela, le groupe acquiert dix-neuf nouvelles machines grand format...

Enseigne de proximité par excellence, Copy Top vient de fêter ses trente ans. Issu de l'univers de la reprographie, le groupe, qui compte presque autant de magasins que d'années d'existence, n'affiche pas de réel concurrent. Si ce n'est tout Paris ! « Je dirai que nous nous trouvons face à une concurrence de niches mais pas, face à un concurrent principal unique. Par contre, nous sommes très attentifs à ce que font les spécialistes, notamment les imprimeurs qui abordent le grand format », explique plus sérieusement Yann Tabakian, du Service Marketing et Communication de Copy Top. Point fort du groupe : la proximité qui permet au client de venir choisir un papier sur place ou de se voir proposer, exemples à l'appui, divers outils de communication en réponse à sa problématique. Quelque soit le magasin, Copy Top propose, aujourd'hui, tout ce qui est



Gilles Conessa D.G., Yann Tabakian, du Service Marketing et Communication

imprimé. En reprographie, bien sûr, mais aussi en offset et en offset quadri numérique. A cela, le groupe a ajouté, au fil des évolutions technologiques, bien d'autres produits comme la gestion électronique de documents, la numérisation, un studio de création, un atelier de PAO, de l'impression sur CD et du grand format. « Nous essayons de couvrir tous les besoins de nos clients que

ce soit en impression, en Web ou en supports numériques », commente Gilles Conessa, Directeur Général de Copy Top. En matière d'impression couleur aux formats A3/A4, le groupe a opté, après tests, pour des Xerox DC 240. « Notre volonté était de mettre à disposition de nos clients la meilleure technologie du moment. Notre positionnement repose entièrement sur la qualité, nous ne pouvions donc pas prendre le risque de choisir des machines qui auraient été plus productives au détriment de la qualité, par exemple », poursuit Gilles Conessa.

GÉRER LES GRIS ET LES ARGENTÉS

Même approche en matière de grand format... Copy Top, qui était déjà équipé d'HP 5500, vient d'enrichir son parc d'une batterie d'Epson 9800. Dix-neuf au total. Ceci pour compléter une offre de service qui va dorénavant de la plaque jusqu'au mur d'images en passant par l'affiche. Pourquoi avoir préféré Epson à HP ? « Les HP sont, pour nous, de très bonnes machines de production. Nous en avons d'ailleurs encore une dizaine. Mais, aujourd'hui, les Epson 9800 sont, à mon sens, supérieures en colorimétrie. Elles gèrent beaucoup plus finement certaines couleurs comme les argentés, les gris... Je crois savoir qu'HP travaille au développement d'une machine qui répondrait aussi à cette problématique. Mais pour l'instant, Epson n'a pas de concurrence à ce niveau... », poursuit Gilles Conessa. Pour imprimer une bague posée sur un fond gris tramé,

Copy Top a eu 30 ans l'année dernière

A l'origine reprographe, la société est, aujourd'hui, devenue un groupe qui compte 28 magasins situés à Paris et en région parisienne (Boulogne, Neuilly-sur-Seine et, le dernier en date, à Levallois Perret).

Copy Top réalise 90 % de son Chiffre d'Affaires avec les entreprises.

Toutes les enseignes du groupe disposent des mêmes matériels. Ce qui donne sur l'ensemble un parc de 170 machines réparties comme suit :

Noir & blanc : 60 matériels Océ et Ricoh

Couleur : 80 matériels Xerox

Mixte (Noir & blanc et couleur) : Un matériel Canon

Grand Format : 10 HP 5500 et 19 Epson 9800.





Paris

(suite de la page 17)

l'Epson 9800 n'aurait donc aucune rivale... Ici encore, test à l'appui, entre une HP 5500, une HP Z2100, une Canon 8400 et une Epson 9800.

Outre la colorimétrie, Epson remporte aussi le test de la durabilité des encres : des encres pigmentées qui, sont garanties jusqu'à soixante-quinze ans sur certains papiers. « Pour être plus précis, la technologie d'encre UltraChrome K3 proposée par Epson est unique. Je pense que c'est d'ailleurs le premier cheval de bataille d'Epson et que grâce à cela, la société a des années d'avance sur HP et Canon », ajoute le Directeur Général de Copy Top. « Sur l'Epson, nous disposons d'un noir, d'un noir clair et d'un noir très clair. Donc, d'une possibilité plus étendue dans la réalisation de dégradés, ce qui nous permet d'obtenir des impressions d'une extrême finesse. A titre d'exemple, sur les HP, il n'y a que six couleurs dont un noir », ajoute Yann Tabakian.

Dans le Luxe, les supports les plus demandés sont les papiers photo haut de gamme comme le Paper Gloss, un papier photo de fort grammage et de très bonne tenue ou encore le papier ignifugé. Au total, Copy Top propose, au client, une quinzaine de supports qui vont jusqu'à la bâche. Pour se familiariser avec les Epson 9800, chaque magasin a bénéficié d'une formation d'une journée effectuée sous l'égide de Pixel Tech, l'intégrateur de la solution qui a aussi suggéré l'utilisation du Rip Caldera

« Sur l'Epson, nous disposons d'un noir, d'un noir clair et d'un noir très clair. Donc, d'une possibilité plus étendue dans la réalisation de dégradés, ce qui nous permet d'obtenir des impressions d'une extrême finesse »



● Une enseigne magasin

pour gagner du temps sur le lancement des fichiers ou encore amalgamer des documents pour en imprimer ensuite plusieurs l'un à côté de l'autre.

DES MAGASINS ÉQUIPÉS À L'IDENTIQUE

Grâce à un parc machine identique sur toutes ses enseignes, Copy Top est capable de répondre à n'importe quel volume de commande. « Nous pouvons faire face à une demande de cent mille pages dans un délai très court. Il nous suffit juste, pour cela, de diviser la charge globale de travail sur quatre magasins, par exemple », explique Gilles Conesa. Et la dématérialisation ? « Elle représente à peu près dix pour cent de notre activité. Mais nous travaillons à la mise en œuvre de nouvelles offres de service qui vont cer-



● Le pôle grand format

tainement en accélérer la montée en puissance », explique Yann Tabakian. Devis rapides et harmonisation des coûts sont aussi les points forts de Copy Top qui fonctionne sur un prix de vente prenant en compte le coût machine, le temps de travail et le volume désiré. L'ensemble de ces données aboutit à un prix de vente que chaque magasin est ensuite tenu d'appliquer pour établir sa propre

facturation. Ainsi pas d'écart possible... Et sur le grand format ? « Là aussi, nous avons réduit notre tarification en travaillant notamment sur le processus de fabrication. Ce qui nous a permis de mieux gérer les coûts et de répercuter aussi cela sur le prix de vente », ajoute Gilles Conesa. L'avenir ? Après le grand format, Copy Top compte mettre l'accent sur les produits à haute finition comme le pelliculage, le vernis et le vernis sélectif ou encore la dorure et le relief. « Nous envisageons aussi, à l'horizon 2008/2010, d'ouvrir plusieurs enseignes dans diverses grandes villes de province », conclut Gilles Conesa. ■

C.C.

REPRODUIRE & IMPRESSION
Le magazine professionnel de l'édition

Magazine de référence depuis plus de 25 ans.

REPRODUIRE & IMPRESSION
change de formule pour encore mieux vous informer. **REPRODUIRE & IMPRESSION** devient TRIMESTRIEL.

Le cru **REPRODUIRE & IMPRESSION** 2007/2008 se résume en trois mots : **Plus VIVANT, plus INTERACTIF, et plus ILLUSTRÉ.**

Tout l'univers des solutions numériques et du grand format

REPRODUIRE & IMPRESSION
Le magazine professionnel de l'édition

11 rue du Colonel Pierre-Avia - BP 571 - 75726 Paris Cedex 15
Christian Thiébaud - Tél : 01 41 90 47 52 - Fax : 01 41 90 48 06
Mobile : 06 08 91 55 00 - e-mail : cthiebaut2@wanadoo.fr