DOSSIER de PRESSE

CAP 2020

APRÈS PRESQUE 100 ANS D'EXISTENCE, MORDACQ CONTINUE D'ÉVOLUER

IMPRIMERIE MORDACQ

“ Depuis 1924, l’imprimerie Mordacq est une entreprise familiale, qui évolue dans un monde qui bouge.

Arnaud Mordacq, PDG de l’imprimerie

EDITO

La consommation de print a irrémédiablement évolué. Dans sa lettre économique de janvier 2019, l'Idep dresse comme chaque trimestre un panorama chiffré du secteur de l'imprimerie (chiffres de l'année 2018). La production globale d'imprimés a baissé de 1,9 % durant les trois premiers trimestres de l'année 2018, par rapport à la même période l'année précédente. Les imprimés publicitaires (+ 0,3 %) et les hebdomadaires (+ 0,2 %) sont les seuls marchés à avoir connu une légère hausse de production. À l'heure du numérique, le marché du prospectus papier ne faiblit donc pas en France. Les clients y restent attachés. Côté numérique, fini le temps où la relation entre le client et l'entreprise se limitait à quelques contacts occasionnels. Désormais, le client suit la marque au travers de supports print mais également de nombreux canaux digitaux. En multipliant les supports, le risque est grand de diluer les messages et de perdre en cohérence. Dans ce contexte, tous les annonceurs sont aujourd'hui à la recherche d'un équilibre entre le print et le digital. Une combinaison efficace pour véhiculer un message cohérent entre tous ses canaux de communication, en parfaite synergie.

C'est dans ce contexte riche d'opportunités que nous souhaitons nous inscrire. Acteur majeur du print depuis 1924, le groupe MORDACQ a connu toutes les évolutions de l'industrie des arts graphiques. Du plomb à la rotative, du photomontage au mac, ce sont ces aventures technologiques et humaines qui font l'expertise et le savoir-faire actuel de notre société. Depuis sa création, nous avons toujours défendu le goût du travail bien fait, la satisfaction de nos clients et le respect des hommes et des femmes qui mènent jusqu'au bout chaque dossier avec le même enthousiasme.

Vivant quotidiennement l'influence du numérique sur le papier, nous voulons y prendre part. Le projet CAP2020 est un plan d'action sur 2 ans pour assurer la bonne santé de l'entreprise face à ces mutations. Il s'appuie sur la collaboration et l'implication de tous. Nous investissons 9 millions d'euros pour agrandir notre surface d'exploitation de 4000 m^2, compléter notre parc machines avec 2 nouvelles rotatives offset, recruter 10 nouvelles personnes à l'horizon 2020 et faire de notre pôle de communication, Studio (M) Publishing, un acteur décisif dans le développement global de l'entreprise.

Presque 100 ans après sa création, nous franchissons un nouveau palier. C'est un vrai challenge et une nouvelle étape dans la vie de l'entreprise. Nous n'y parviendrons pas seuls, nous réussirons avec notre environnement, avec nos clients et partenaires, avec des équipes motivées et impliquées.

Début des travaux : mi-mars…

Arnaud MORDACQ
Président Directeur Général

SnapPress

L'IMPRIMERIE PASSE À LA RÉALITÉ AUGMENTÉE !

TÉLÉCHARGEZ SNAPPRESS ET VISIONNEZ LE CONTENU CACHÉ DANS CE DOSSIER DE PRESSE

Le principe est simple et innovant à la fois. Il est désormais possible d'associer des contenus digitaux à tous les supports print, qu'ils s'agissent de tracts publicitaires, de flyers, de supports PLV, de signalétique,...etc. Le consommateur peut ainsi prolonger la lecture de son document en y associant une vidéo, du son, des animations 3D, des opérations marketings, la navigation sur un site, sur les réseaux sociaux, ...

Avec SnapPress, chaque utilisateur peut scanner tout type d'imprimé pour révéler les contenus en réalité augmentée qui y sont associés.

« On peut par exemple connecter l'affiche d'un évènement à son teaser vidéo, ou les produits d'un tract publicitaire à sa version consultable en ligne, des stickers cachés à un jeu disponible en caisse, l'hologramme d'un commercial à une carte de vœux ou une carte de visite ! Les possibilités sont infinies ! Un simple passage avec votre smartphone devant l'image permet d'accéder au contenu. En plus l'application est gratuite !»

Maïté Bauduin
Chargée de création et de développement du pôle création

Comment ça marche ?

SnapPress est très facile à prendre en main.
Seule trois étapes vous séparent du contenu digital dissimulé dans ce dossier :

1. TÉLÉCHARGEZ
gratuitement l'application SnapPress sur smartphone ou tablette, chez Google play comme Apple Store

2. SCANNEZ
les pages avec l'application comme si vous vouliez prendre une photo

3. DÉCOUVREZ
le contenu caché !

EDITO 03

CHAPITRE 1 : LE GROUPE MORDACQ 07
Un savoir-faire presque centenaire 08
Carte d'identité de l'entreprise 08
Le groupe Mordacq 10
Mordacq PRINTING 11
Mordacq FINISHING 12
Mordacq LOGISTIC 13
Studio (M) PUBLISHING 14
Engagement & Certification 16
Nos références 18

CHAPITRE 2 : LES DÉTAILS DU PROJET 21
CAP2020 en chiffres 23
Une offre de prestations plus complète 24
4 000 m² supplémentaires 26
Deux nouvelles rotatives 27
Investissement dans le parc façonnage 28
Un pari humain, des enjeux collectifs 29
Compétitivité et pérennité 30
Projet digital : application web en B2B 31

IMPRIMERIE MORDACQ

PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE

CARTE D'IDENTITÉ

94 années d'expérience

Site de production :
12 000 m²

Situation :
Hauts-de-France

Personnel :
119 employés

Renseignements juridiques

Dénomination :
IMPRIMERIE MORDACQ

Adresse :
ZI du Petit Neufpré,
rue de Constantinople
62120 Aire-sur-la-Lys

Siren :
576 880 132

Siret :
57688013200039

N° de TVA Intracommunautaire :
FR67576880132

Activité :
Autre imprimerie (labeur)

Code APE :
1812Z

Forme juridique :
Société par actions simplifiée

Capital social :
91 469,41 €

Chiffre d'affaires 2018 :
22 002 000 €

UN SAVOIR-FAIRE
PRESQUE CENTENAIRE

À l'origine, Éditeur de presse et imprimeur

L'imprimerie Mordacq a été créée en 1924, par Jean Mordacq, avec la reprise du journal local « L'Écho de la Lys » datant de 1837 (vendu en 1994 à La Voix du Nord). Chaque semaine l'imprimerie éditait en plus du journal, cartes de visite, affiches, faire-parts, programmes, livres… L'entreprise comptait une dizaine de salariés.

Création d'un studio graphique-photographie

Par la suite, son fils, Bernard Mordacq crée en 1986, un studio de création graphique - photographie, et élargit ainsi son domaine d'activité à la grande distribution (Cedico, Mammouth, Euromarché…), en proposant à ses clients des supports de communication créatifs et impactants. L'entreprise compte environ 45 salariés. Bernard Mordacq conçoit en 1989 le magazine culturel gratuit de la métropole lilloise, Sortir, vendu en 2002 pour se recentrer sur son métier de base : l'impression.

Participation aux différentes évolutions technologiques

La société a connu les différentes évolutions technologiques successives de l'industrie graphique : remplacement de l'impression typo par l'offset, des caractères en plomb à la PAO, d'une production de 2 000 ex/h à 50 000 ex/h, la généralisation du numérique. Elle a connu également un déménagement suite à la création de nouveaux locaux en zone industrielle, et six agrandissements.

Une PME familiale de 119 salariés

Dans cet esprit, l'imprimerie progresse de génération en génération, de père en fils, de décennie en décennie et a su garder son état d'esprit familial et convivial. La société s'est toujours dotée de matériels performants afin de répondre aux besoins des clients en conciliant : des prix compétitifs, la qualité dans la production, le respect des délais convenus. Aujourd'hui, bâtie sur 12 000 m², l'Imprimerie Mordacq compte 119 professionnels, tous passionnés par les arts graphiques. Elle est dirigée par Arnaud Mordacq, PDG, et par Olivier Duparc, DG.

Une localisation stratégique, au cœur d'un vivier industriel

Quatrième région industrielle française derrière l'Île-de-France, Rhône-Alpes et les Pays de la Loire, le Nord-Pas-de-Calais occupe des positions solides dans de nombreux secteurs : il est la première région française pour la sidérurgie, le verre et l'industrie ferroviaire, la deuxième région pour l'automobile, le papier-carton et le textile*. C'est dans ce bassin industriel, que Mordacq a évolué. Avec presque 100 ans d'existence sur la même commune Aire-sur-la-lys, située au cœur du nord de la France, l'entreprise emploie un personnel local, de père en fils en formant les nouvelles générations à l'imprimerie du futur.

*Source : hauts-de-france.developpement-durable.gouv.fr

Aire-sur-la-Lys :

60 km de Lille
240 km de Paris

1h
de l'aéroport
de Lesquin

30 min de la gare
de Béthune
50 min de la gare
de Lille-Flandres

2013
Construction d'un bâtiment spécifique
pour le façonnage 1680 m².
Achat de la première machine Dos Carré Collé

2014
Nouvelle rotative
8 pages sens travers

CAP2020
De nouvelles évolutions
déterminantes pour
la société...

2011
Obtention des certifications PEFC et FSC

2010
Obtention de la norme ISO 12647

2007 & 2008
Arrivée des 2 encarteuses piqueuses Muller Martini

2006
Nouvelle rotative 32 pages

2005
Nouvelle rotative 8 pages

2000
Nouvelle rotative 16 pages

1998
Nouvelle rotative 16 pages

1994
Reprise de l'imprimerie par Arnaud Mordacq

1965
Reprise de l'imprimerie par Bernard Mordacq

L'IMPRIMERIE MORDACQ :
4 PÔLES D'ACTIVITÉ, 100 % DE LA CHAÎNE GRAPHIQUE

Mordacq est une imprimerie qui s'adresse au marché de quantité supérieure à 15 000 exemplaires pour la grande distribution, la presse magazine, les catalogues et les supports marketing. Au fil des années, l'offre de l'imprimerie s'est développée pour répondre aux nouvelles attentes des clients, à la recherche de prestations de plus en plus complètes et centralisées. Entre 1924 et 2019, l'imprimerie a développé quatre pôles de compétences dont l'expertise n'est plus à démontrer : Mordacq PRINTING, Mordacq FINISHING, Mordacq LOGISTIC et son pôle communication, STUDIO (M) PUBLISHING. Presque 100 ans après sa création par Jean Mordacq, l'entreprise poursuit sa croissance et ne compte pas rater le virage du digital. La société est consciente des besoins de plus en plus grands et emprunts de nouvelles technologies que le marché revendique aujourd'hui et ne lésine pas sur les moyens pour satisfaire toujours plus ses clients.

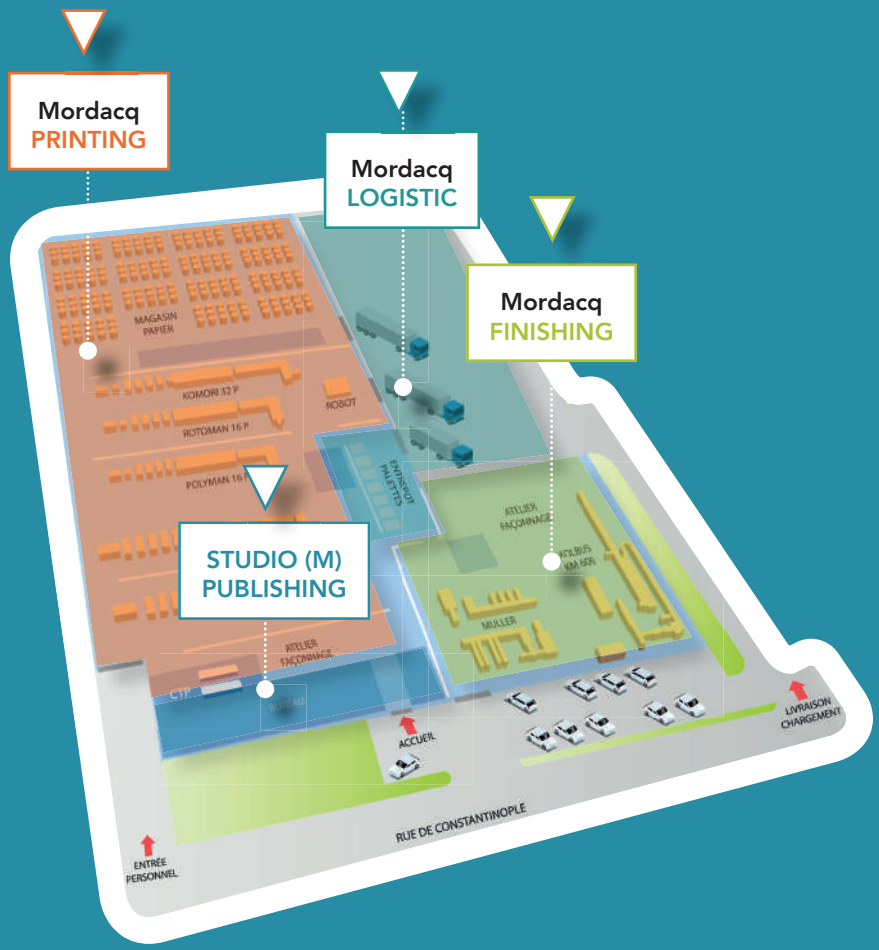
IMPRIMERIE MORDACQ

4 pôles d'activité

5 Offset rotatives

119 salariés

12 000 m² de production



Mordacq PRINTING

L'imprimerie tire sa force d'un parc machines diversifié. Les 5 Offset rotatives de Mordacq permettent des réalisations variées et de qualité.

Trois d'entre elles viennent du groupe **MAN ROLAND**, l'un des principaux producteurs mondiaux de presses offset et de technologies associées pour l'impression commerciale, l'emballage et l'édition. Fondée il y a 168 ans sur les traditions d'excellence de l'ingénierie allemande, le nom Manroland est maintenant une référence mondiale pour la qualité, la précision et la fiabilité exceptionnelle dans les solutions globales d'impression offset.

La quatrième vient du groupe leader Japonais **KOMORI**, grand pionnier de l'impression depuis 1923. Komori s'attache à l'amélioration permanente de la qualité et de la productivité de ses matériels en développant des technologies innovantes.

La WEB8 vient quant à elle d'**HEIDELBERG** qui est aujourd'hui le second plus gros constructeur mondial de machines derrière MAN ROLAND.

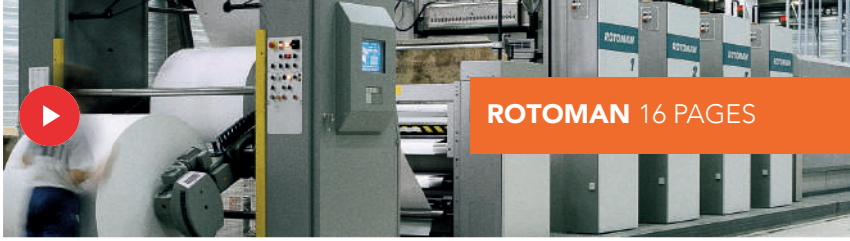
manroland

KOMORI

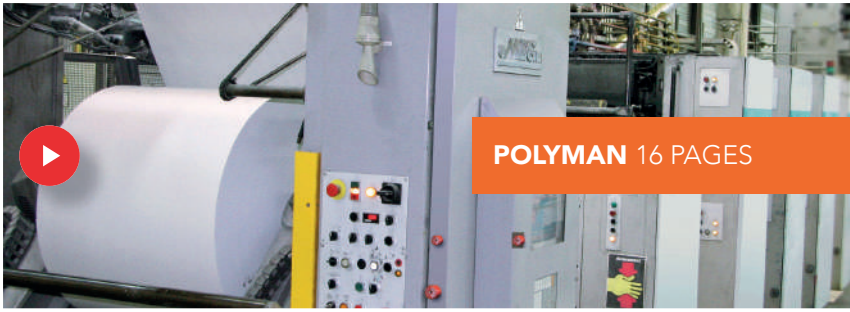
HEIDELBERG

Toutes ces presses Offset ont été sélectionnées pour leurs spécificités, permettant à l'imprimerie de proposer un maximum de possibilités et de configuration à ses clients : collage au pli, vernis acrylique, pré-pliage ou encore perforation.

Visitez notre parc machines de l'intérieur !



ROTOMAN 16 PAGES



POLYMAN 16 PAGES

OCTOMAN 8 PAGES

KOMORI 32 PAGES

WEB8 8 PAGES

Mordacq FINISHING

Notre parc façonnage comme si vous y étiez !

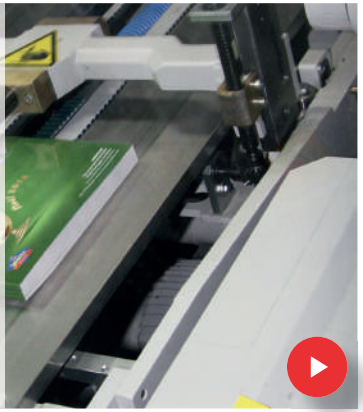
Le façonnage rassemble l'ensemble des opérations (découpage, pliage, encartage, etc.) qui suit l'impression et qui permet d'obtenir la forme définitive du document. Le parc de façonnage de Mordacq est constitué de deux encarteuses, d'un Dos Carré Collé, d'une plieuse et de deux massicots.

2 ENCARTEUSES MULLER

- Nombre de postes : 5 et 6 postes
- Système de calage automatique
- Double coupe pour chéquiers
- Palettisation automatique.

1 DOS CARRÉ COLLÉ KOLBUS KM 600

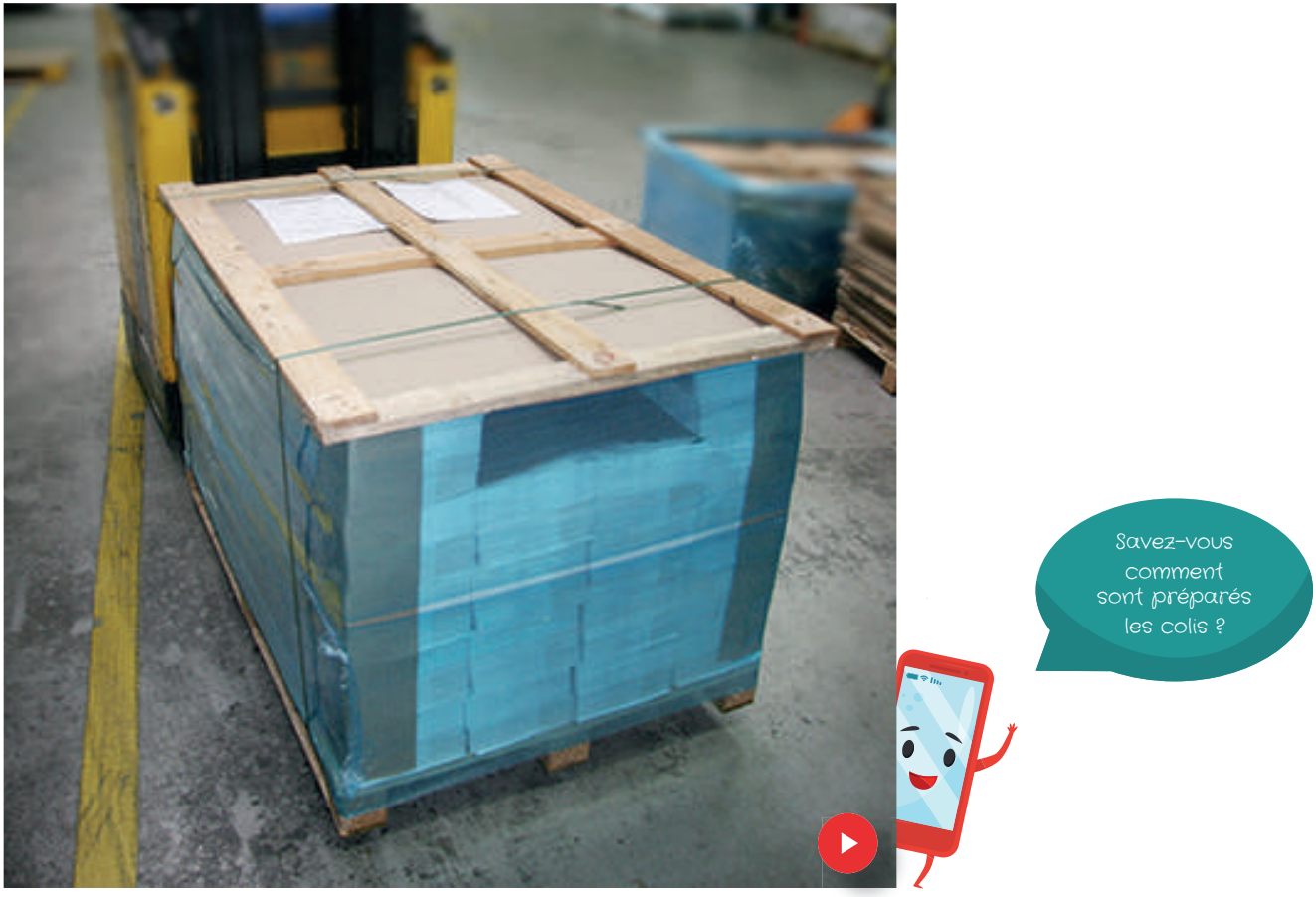
- Nombre de postes : 12 margeurs
- Vitesse : 7 000 tours/h
- Epaisseur mini/maxi du dos : 2.5 mm / 45 mm
- Colle EVA (colle thermofusible)
- Palettisation automatique.



- **1 MASSICOT WHOLENBERG**
  coupe 115, 1 poste taqueuse
- **1 MASSICOT POLAR**
  coupe 115, 1 poste taqueuse
  balance, 1 poste empileur
- **1 PLIEUSE STAHL HEIDELBERG**
  4 poches, 2 groupes
  et 1 poste casseuse.

Mordacq LOGISTIC

Rodés aux exigences des marchés nationaux, aux multi-repiquages et aux multipoints de livraison, nous sommes en étroite collaboration avec des partenaires stables, rigoureux et ponctuels. Sitôt conditionnés et contrôlés, les imprimés sont acheminés dans les meilleurs délais. Notre équipe assure une traçabilité (informatisation de nos fiches palette et scanne des palettes avant envoi) ainsi qu'un suivi permanent des produits jusqu'à la réception finale.



STUDIO (M)
LE PÔLE COMMUNICATION DE L'IMPRIMERIE

Studio (M) a connu des évolutions successives qui ont marqué son développement. Sur plus de 30 ans, ce pôle a vécu toutes les évolutions technologiques qui ont marqué l'évolution de l'industrie des arts graphiques. De l'édition des années 1920 à la révolution digitale, l'équipe s'est adaptée, enrichie et agrandie, consciente des besoins de plus en plus complexes et exigeants de ses clients

30 ans d'évolution

Fondée en 1924, l'imprimerie Mordacq commence l'aventure dans les arts graphiques par l'édition quotidienne d'un journal local "l'Écho de la Lys", ainsi que la réalisation de divers imprimés cartes de visite, affiches, faire-parts, programmes, billetterie, édition de livres etc...

Créé en 1986, fort d'une équipe de 45 personnes, le studio élargit son domaine d'activité et propose désormais à ses clients des supports de communication créatifs et impactants, en adéquation avec leur identité graphique et ceci dans divers domaines. Il diversifie son carnet clients avec plusieurs acteurs majeurs de la grande distribution (*Cedico, BUT, Euromarché, Leclerc, Mammouth*), dans l'édition de revues, journaux, catalogues et livres (*Sortir, l'Écho de la Lys, le Journal des Flandres* et divers titres de journaux gratuits) et devient une référence dans le domaine du tract publicitaire et de l'édition.

Dès le début des années 90, le studio intègre des nouvelles technologies dans son processus de fabrication telles que le Macintosh et le scanner rotatif. Une révolution ! Ils feront prendre un virage à 360° dans la manière de travailler de chaque opérateur offset et PAO.

Dès lors, ce service a pris toute l'envergure d'un pôle de communication : conseiller ses clients dans leur stratégie, les accompagner dans la définition d'un brief créatif pertinent vers le déploiement d'une opération de communication efficace.

2018 : nouveau virage technologique

Les métiers des arts graphiques et de la communication ont beaucoup évolué ses trente dernières années. Le digital a pris une place omniprésente dans toutes les campagnes de communication, Studio (M) s'est donc adapté :

« *Nous avons fait le constat qu'une communication forte et pertinente vient de la complémentarité de ses supports et de la bonne gestion des données qui les composent. De fait, nous avons intégré un nouvel outil qui centralise et optimise tous les éléments textes et images nécessaires à la réalisation d'une opération, pour les décliner en toute cohérence sur l'ensemble des supports qui la mettent en scène.* »

Cet outil donne la garantie d'orchestrer l'ensemble des données marketing, leur sourcing, leur gestion et leur organisation et ainsi délivrer à tout moment l'information la plus pertinente et la plus complète possible. En fonction des orientations stratégiques définies avec le client, Studio (M) peut donc traduire une vision stratégique de façon opérationnelle à travers un plan de communication cohérent et différenciant, à 360°.

Inscrit dans cette démarche, Studio (M) intègre également un outil de BAT en ligne : APROOVE. Très facile à prendre en main, cette solution fonctionne sur la base de deux modules permettant d'une part, un chargement sécurisé de tous les éléments textes et multimédia, quels que soient leur format et leur poids, et d'autre part une interaction simple entre le client et l'équipe.

ACTIVITÉS

Identité et image de marque

Conseil stratégique
Logotype
Charte graphique

Expression print

Plaquette
Catalogue
Tract publicitaire
Signalétique
Carte de visite
Flyer
Affiche
Étiquette
Chemise à rabats

Prise de vue et reportage

Nous disposons d'une équipe de photographes polyvalente : publicitaire, portrait, pack shot.

De plus, nous proposons une banque images.

STUDIO (M) PUBLISHING

DÉVELOPPEMENT RIME AVEC CHANGEMENT

.Changement de positionnement, changement de nom

Grâce à ces derniers investissements, l'entreprise place son pôle de communication au centre de sa stratégie et en fait un acteur majeur dans son développement. Elle met à disposition de ses clients une solution capable d'administrer des bases de données optimisées, déclinables en multi-supports. Elle optimise ses temps de réponse, ses coûts de fabrication, la collaboration inter-services et met en place une campagne de communication plus rapidement. Pour marquer cette nouvelle étape, Studio (M) change de nom, et devient Studio (M) Publishing.

Changement de stratégie

L'ajout du terme «publishing» est l'expression direct de son passage à l'omnicanal. En centralisant toutes les données propres à une enseigne, Studio (M) Publishing est désormais capable de décliner de manière cohérente une opération marketing sur plusieurs supports. Ces dernières années, les stratégies des marques et des entreprises ont changé au rythme de l'évolution du comportement du consommateur et du marché. D'une stratégie multicanale qui s'appuie sur la création de multiples points de contact en passant par le cross-canal, le marché est à présent au stade de l'omnicanal.

L'enjeu du multicanal était de multiplier les points de contact entre une marque et ses consommateurs pour entrer en relation avec eux sur différents canaux. Mais cette stratégie a connu ses limites. Car son principal problème est la cannibalisation de ses réseaux de vente. Le risque étant par exemple que le site e-commerce concurrence les points de vente physiques ou inversement. Car en multicanal, les canaux sont autonomes, l'entreprise créant une division pour chacun d'entre eux. Si cette approche satisfait le consommateur en lui donnant le choix des armes, elle peut dans certains cas, pénaliser l'entreprise.

L'omnicanal est cette nouvelle voie qui résulte de l'observation du comportement du consommateur : il utilise soit successivement, soit simultanément les différents canaux créés par une marque dans son parcours client : site web, application, point de vente physique, e-mail, SMS, support print,... La stratégie omnicanale est ainsi la création d'une synergie entre les différents canaux de communication d'une enseigne. Une approche qui s'appuie sur une interaction continue de façon cohérente et efficiente.

Pourquoi le cerveau ?

Le système nerveux est composé du cerveau, de la moelle épinière et d'un réseau de nerfs parcourant tout l'organisme. Il commande et contrôle l'ensemble du corps grâce à l'influx nerveux, une transmission électrique qui se propage entre les cellules nerveuses ou les neurones. Le cerveau agit donc comme le chef d'orchestre de l'organisme humain !

Studio (M) Publishing se présente de la même façon. Socle de toutes les données nécessaires à la mise en place d'une stratégie marketing, il alimente simultanément tous ses canaux à 360°.

ENGAGEMENT & CERTIFICATION
IMPRIM'VERT & PEFC

L'Imprimerie Mordacq est sensible aux problématiques environnementales et met tout en œuvre pour que l'ensemble du processus d'impression soit respectueux des hommes et de la planète. Cet engagement s'affirme via deux certifications : **Imprim'vert et PEFC**.

Imprimerie labellisée Imprim'Vert depuis 2007

La marque Imprim'Vert® a pour objectif de favoriser la mise en place par les entreprises exerçant des activités d'impression, d'actions concrètes conduisant à une diminution des impacts de l'activité sur l'environnement. En obtenant ce label et son renouvellement chaque année, nous prouvons que nous sommes mobilisés dans une démarche citoyenne attestant l'élimination correcte de nos déchets de fabrication.

Que signifie le label Imprim'Vert ?

Cette marque est la référence dans le domaine des industries graphiques en France. Elle traduit une réelle volonté de réduire les impacts environnementaux liés aux activités d'impression. En effet, l'impression nécessite l'utilisation de produits chimiques dont la mauvaise gestion pourrait avoir des empreintes néfastes sur l'environnement ou nuire à la santé et la sécurité de nos équipes de production.

La marque Imprim'Vert garantit la bonne gestion de nos déchets, par le respect de 5 critères :

- Éliminer nos déchets industriels conformément à la réglementation ;
- Un stockage des liquides dangereux sur bac de rétention ;
- Notre engagement quant à la non-utilisation de produits toxiques ;
- Une sensibilisation environnementale des salariés et de la clientèle ;
- Le suivi de nos consommations énergétiques.

C'est un engagement de résultat, un gage de qualité et c'est l'assurance de respecter notre environnement de façon durable !

IMPRIM'VERT

Votre imprimeur agit pour l'environnement

L'entreprise *IMPRIMERIE MORDACQ SAS*
exerçant les activités *Prépresse et offset rotative.*
a été évaluée et jugée conforme aux exigences
de la marque
IMPRIM'VERT®
pour son site de *AIRE SUR LA LYS (62)*

Elle s'engage à réduire les impacts environnementaux
dus à son activité
Ce diplôme validé par l'ensemble des partenaires
de l'opération est valable pour l'année **2019**

La Présidente

unic
amigraf
CCI HAUTS-DE-FRANCE

Certification Imprim'vert 2018

Imprimerie certifiée PEFC depuis 2011

Cette certification environnementale garantit que les papiers imprimés sont fabriqués à partir de fibres certifiées et issues de forêts gérées de façon responsable, sociale et économique. Le papier est l'un des rares produits à la fois renouvelables, recyclables, non toxiques, et biodégradables.

Quand a été créé PEFC ? Et dans quel but ?

Le « Conseil PEFC » est une organisation internationale non gouvernementale, indépendante à but non lucratif créée en 1999, et aujourd'hui présente sur tous les continents. Son but est de promouvoir la gestion durable des forêts dans le monde.

A ce jour, le « Conseil PEFC » est représenté au niveau national, dans trente-cinq pays, dont la France, qui est un des membres fondateurs du système PEFC, avec PEFC France qui garantit le respect du dispositif de certification PEFC sur l'ensemble du territoire national. PEFC garantit la bonne gestion des forêts par le respect de 6 grands critères :

- Amélioration appropriée des ressources forestières et leur contribution aux cycles globaux du carbone ;
- Maintien de la santé et de la vitalité les écosystèmes forestiers ;
- Maintien et encouragement des fonctions de production des forêts ;
- Maintien, conservation et amélioration appropriée de la diversité biologique dans les écosystèmes forestiers ;
- Maintien et amélioration appropriée des fonctions de protection par la gestion des forêts ;
- Maintien des autres fonctions socio-économiques.

BUREAU VERITAS
Certification

Certificate of Conformity
Certificat de Conformité

IMPRIMERIE MORDACQ

Annexe 15 - 24 Mai 2013
(PEFC ST 2002:2013 – May 24th 2013)

Annexe 16 - 26 Novembre 2010
(PEFC ST 2001:2009 – November 26th 2010)

Imprimés certifiés PEFC

Certification PEFC

DÉMARCHE QUALITÉ
ISO12647

L'imprimerie Mordacq est certifiée **ISO12647** par l'organisme FOGRA.

Cette certification est l'unique méthode attestant d'une reproduction fidèle des couleurs grâce à un système international normalisé et calibré. Elle atteste d'une maîtrise parfaite des procédés de sélection des couleurs, de fabrication d'épreuves et des tirages en production.

Cette norme de qualité est détenue par notre entreprise depuis 2010, nous sommes un des cinq rotativistes français à l'avoir obtenue et conservée.

La qualité de vos documents est prévisible, contrôlée et reproductible, à l'identique dans le temps (demain, dans un an) et dans l'espace (quel que soit le site de production).

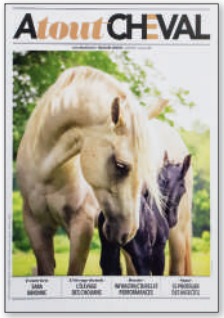
La norme ISO12647 garantie une validation des BAT plus efficace, plus rapide et des performances environnementales accrues (moins de gâche papier).

QUELQUES RÉFÉRENCES

L'imprimerie Mordacq imprime de nombreux types de supports : tracts publicitaire, magazines, catalogues, flyers, matériels marketing, brochures etc... Voici quelques exemples.

CATALOGUES DOS CARRÉ COLLÉ A4

BROCHURES 2 PTS MÉTAL OU DOS COLLÉ A4



PROSPECTUS PUBLICITAIRE

FLYERS 10X21

CHÉQUIERS

Communauté Urbaine de Dunkerque
Gravure et impression du magazine Le Journal Communautaire
Mensuel - 32 pages - 90 000 ex

Communauté de Communes du Bas Chablais
Impression et façonnage du magazine communautaire Point Com - Trimestriel - 16 pages - 20 000 ex

Communauté d'agglomération Béthune-Bruay
Impression du magazine d'information de la Communauté d'agglomération
Mensuel - 16 / 20 pages - 115 000 ex

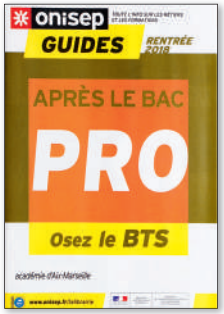
Comité de Gestion des Œuvres Sociales des Établissements Hospitaliers Publics
Trimestriel - 40 pages - 275 600 ex

CCI Région Nord de France
Impression, routage, affranchissement
Bimestriel - 24 / 16 pages
115 000 ex

CCI Région Nord de France
Impression d'un hors-série en dos carré collé
Brochures 208 pages - 15 000 ex

Ville de Dunkerque
Impression des magazines municipaux
Mensuel - 36 / 40 / 44 / 48 pages- 53 000 ex

TPMA
Impression du magazine Sciences Psy - Trimestriel - 124 + 4 pages - 26 500 ex



Onisep
Accord-cadre relatif à des travaux d'impression pour les publications de l'Onisep. Nombreuses brochures, guides, encarts de 8 à 144 pages de 10 000 à 80 000 ex

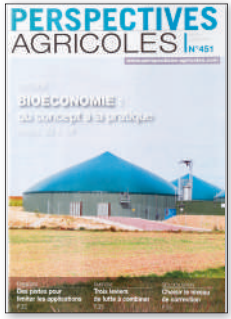
Fédération des Centres de Gestion Agréés
Impression du Journal de la petite entreprise
Bimestriel - 16 pages - 75 000 à 130 000 ex

Saumur Val de Loire Tourisme
Impression du guide 2018
Annuel - 192 pages sous couverture 3 volets - 90 000 ex

Crédit social des Fonctionnaires
Impression du journal d'information
Trimestriel - 32 pages - de 60 000 à 220 000 ex

Arvalis
Impression de la publication ARVALIS & Terres Inovia infos
Trimestriel - 24 / 32 / 40 / 48 pages - de 95 000 à 130 000 ex

Jardinot
Impression du magazine La vie du jardin et des jardiniers
Bimestriel - 40 pages - 50 000 ex



LEPAF
Les Editions et Publications Agricoles Françaises
Mensuel - 56 / 60 / 64 / 80 pages- 10 000 ex

L'ECHO REPUBLICAIN
Impression du Panorama des entreprises d'Eure et Loir
Hors-série - 52 pages - 13 000 ex

L'Obs
Impression de la couverture du Nouvel Obs
Couverture - 4 pages - 350 000 ex

Volta Sports
Impression du magazine Grand Prix et de hors-séries
Mensuel - de 96 à 192 pages - 16 000 ex

CAP 2020

LES DÉTAILS DU PROJET

“ *NOUS DEVENONS PAS À PAS UNE PLATE-FORME DE COMMUNICATION*

CAP2020 EN CHIFFRES

+33% DE SURFACE D'EXPLOITATION

9M€ MILLIONS D'EUROS INVESTIS

+10 PERSONNES RECRUTÉES

+2 ROTATIVES OFFSET

CAP 2020

Le projet CAP2020 revêt plusieurs visages, tous déterminants pour l'avenir de MORDACQ.

Avec l'essor du digital, la société ambitionne de passer d'un positionnement d'imprimeur à un positionnement de communicant. L'impression de supports de communication n'est plus une fin en soit, mais un élément qui doit pouvoir s'intégrer de manière cohérente dans une communication à 360° : l'omnicanal.

Cette volonté d'évoluer se traduit par différents aménagements, l'agrandissement du parc machines mais surtout une profonde restructuration des valeurs de la société .

STUDIO (M) *publishing*

Le pôle création de l'imprimerie Mordacq est en passe de devenir un relais de croissance à part entière. Dans la lignée du projet CAP2020, il ne sera plus positionné comme un faiseur de pages mais comme une plate-forme omnicanale.

L'offre de services proposée au client ne se bordera plus au tract publicitaire. Viendra en complément un éventail plus large de prestations de communication comme l'e-mailing, le sms, l'e-commerce, l'objet publicitaire, la publicité sur lieux de vente et d'autres.

Une seule préoccupation : le besoin client

Aujourd'hui, une enseigne ne vend plus un produit mais doit offrir une expérience à un client devenu aussi changeant qu'exigeant dans sa manière de consommer. Muni de sa tablette, de son ordinateur ou de son smartphone, le consommateur peut désormais acheter à tout moment : dans la rue, dans le bus ou entre deux rendez-vous médicaux. La révolution digitale a fait émerger de nouveaux points de contact entre client et annonceurs, modifiant également leur rapport.

L'omnicanal sonne la fin de la gestion canal par canal pour parler d'une voix unique aux consommateurs :

« 69 % des Français se déclarent d'ailleurs prêts à changer d'enseigne si elle ne propose pas une stratégie omnicanal » *

*Source :
LSA - « *L'omnicalité, priorité des clients* »
05/09/2018

UNE OFFRE DE PRESTATIONS PLUS COMPLÈTE À 360°

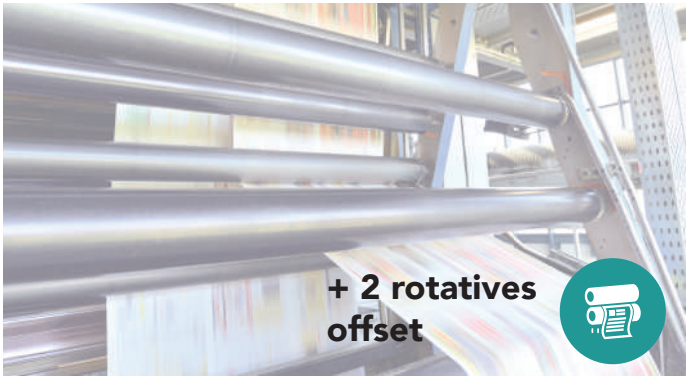
FONDATION D'UNE NOUVELLE STRATÉGIE

Tous les indicateurs au vert pour passer à la vitesse supérieure

Dans sa lettre économique de janvier 2019, l'Idep dresse comme chaque trimestre un panorama chiffré du secteur de l'imprimerie (chiffres de l'année 2018). La production globale d'imprimés a baissé de 1,9 % durant les trois premiers trimestres de l'année 2018, par rapport à la même période l'année précédente. Les imprimés publicitaires (+0,3 %) et les hebdomadaires (+0,2 %) sont les seuls marchés à avoir connu une légère hausse de production*. À l'heure du numérique, le marché du prospectus papier ne faiblit donc pas en France. Les clients y restent attachés. Chaque ménage reçoit plus de deux kilos de prospectus dans sa boîte aux lettres, c'est deux fois plus qu'il y a 15 ans.**

Parallèlement à ce constat, le papier n'est plus une fin en soi. Tous les annonceurs sont aujourd'hui à la recherche d'un équilibre entre le print et le digital. Une combinaison efficace pour véhiculer un message cohérent entre tous ses canaux de communication, en parfaite synergie. C'est ce que les professionnels du marketing appelleraient le « *phygital* », contraction entre le print et le digital. Il redonne au papier une prise de parole plus engagée et au digital, un rôle d'animation commerciale répétitif et structurant.

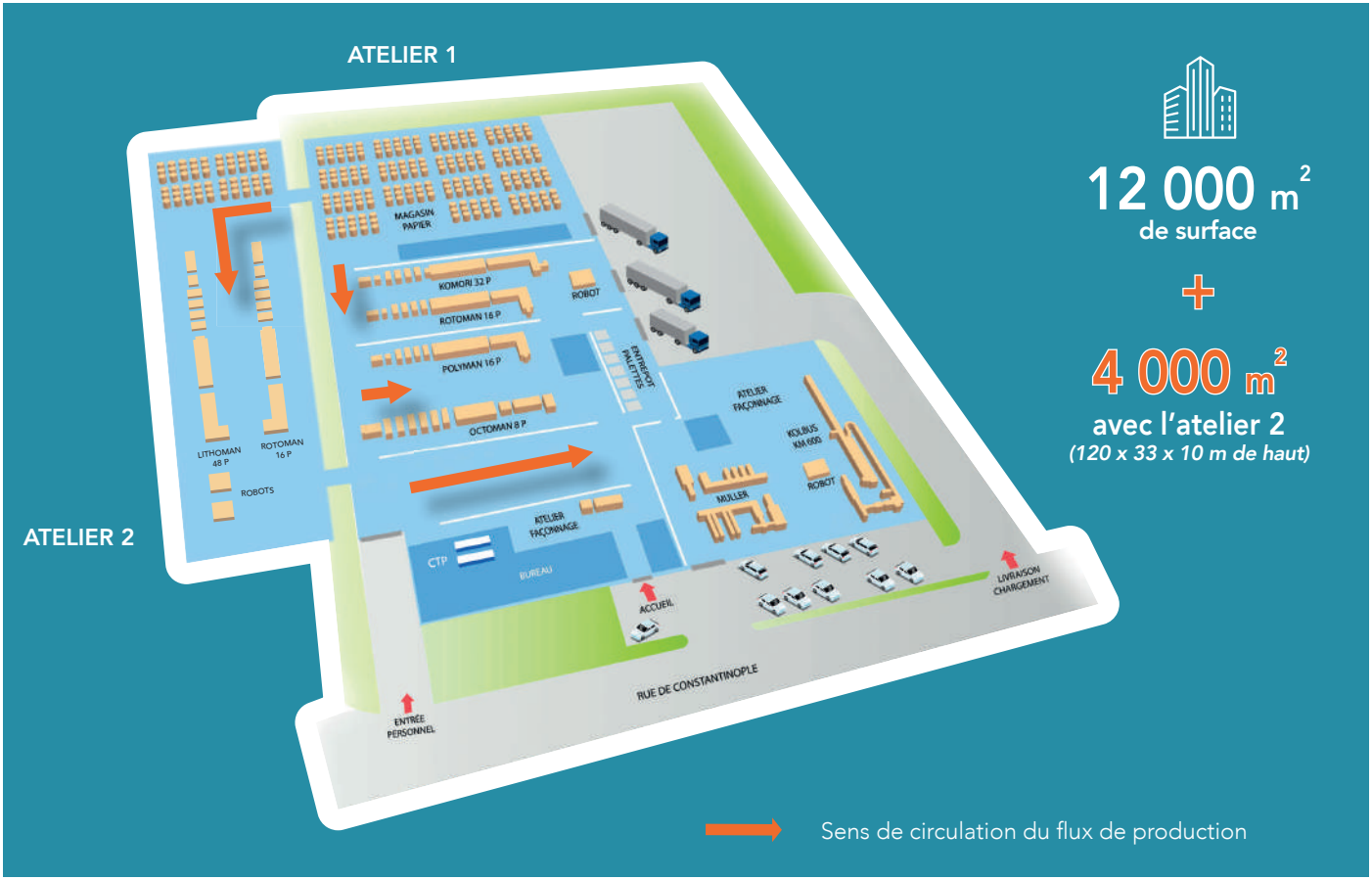
Le contexte semble donc favorable au développement de l'imprimerie Mordacq dans le sens de l'omnicanal. Chacun de ses pôles s'en trouvera impacter. Tous vont faire l'objet d'évolutions pour permettre au groupe dans son ensemble de passer à la vitesse supérieure et de s'adapter aux nouvelles exigences du marché.



*Source : LSA - « *Les derniers chiffres de la production d'imprimés en France* » - 28/01/2019
**Source : Graphiline - « *De plus en plus d'imprimés publicitaires d'après une étude* » - 24/07/2018

+ 4000M², UN PROJET IMMOBILIER TOURNÉ VERS L'AVENIR

UNE IMPLANTATION PENSÉE POUR L'INDUSTRIALISATION



Pourquoi 4000 m² ?

Établie sur 12 000 m², l'imprimerie Mordacq a depuis de nombreuses années construit son flux de production suivant une vision organisationnelle. Ces 4 000 m² supplémentaires continueront de suivre cette logique. Ils permettront d'accueillir deux nouvelles rotatives sans avoir à remanier entièrement le flux actuel tout en laissant la possibilité d'accueillir à long terme davantage de machines à plus grande pagination ou permettre une meilleure exploitation des lignes de finition. Ce nouveau bâtiment sera disponible à la fin du premier trimestre 2019.

ACCUEILLIR DEUX NOUVELLES ROTATIVES
POUR FAIRE FACE AUX EXIGENCES DU MARCHÉ

L'arrivée de ces deux nouvelles machines viendra renforcer les capacités de l'imprimerie. Elles positionnent la société stratégiquement sur le marché de façon à rester dans les petites et moyennes paginations dans une structure qui intègre l'entièreté de la chaîne graphique.

ROTATIVES	48 P	32 P	16 P	16 P	16 P	8 P
Marque	LITHOMAN	KOMORI	ROTOMAN	ROTOMAN	POLYMAN	OCTOMAN
Année d'installation	2002	2006	2004	2000	1998	1993
Dernière révision majeure	2019	2018	2019	2018	2018	2018
Nb de groupes d'impression	4	4	5	4	4	5
Sécheur	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui
Vitesse en ex./h	40 000 ex/h de 48 pages 80 000 ex/h de 24 pages	78 000 ex/h de 16 pages 39 000 ex/h de 32 pages	70 000 ex/h	60 000 ex/h	45 000 ex/h	45 000 ex/h

Une unité de production souple et rationnelle

La recherche permanente du meilleur compromis productivité / développement conditionne la politique d'investissement du groupe MORDACQ.

Pour répondre aux nouvelles exigences du marché, la société investie cette année 9 millions d'euros. Une enveloppe conséquente qui comprend l'agrandissement des locaux et l'acquisition de nouveaux matériels de production. Avec un nouvel atelier de 4 000 m² l'usine atteint désormais plus de 16 000 m² et un parc machines de 6 Offset rotatives, la WEB8 étant remplacée par une nouvelle ROTOMAN 16 pages.

La complémentarité de toutes ces machines permettra au pôle impression de couvrir une plus large diversité de pagination, de 8 à 48 pages.

Souplesse dans les paginations mais également dans les laizes. La laize de la LITHOMAN étant assez large, il sera possible d'imprimer en 56 voire 64 pages, en réduisant la largeur du support imprimé.

Les 48 et 32 pages permettent également de conforter les positions de MORDACQ sur le marché de l'édition mais également d'atteindre le marché du catalogue.

INVESTIR DANS LE FAÇONNAGE
ET ANTICIPER LA HAUSSE DES ACTIVITÉS

Les deux nouvelles rotatives seront dotées de palettisation à cartouche permettant de fournir une cartouche de 1,20 m de long au lieu d'un paquet manuel de 0,25 m. Le duo machines KOMORI/32 pages - LITHOMAN/48 pages renforcera l'augmentation du chiffre d'affaires des familles éditeurs, périodiques et catalogues.

Par conséquent, les équipements en façonnage seront repensés pour absorber la hausse des activités de ce pôle. Un plan d'investissement est d'ores et déjà prévu pour équiper l'arche de chargement sur les margeurs, facilitant le travail des collaborateurs et ainsi améliorer la capacité de production de l'imprimerie.

Palettisation classique

Palettisation à cartouche

MACHINES	MULLER BRAVO	MULLER BRAVO	KOLBUS KM840
Marque	MULLER MARTINI	MULLER MARTINI	KOLBUS
Façonnage	Dos piqué	Dos piqué	Dos piqué
Année	2007	2008	2012
Nb de margeurs	5	6	12
Margeur couverture	Oui	Oui	Oui
Cerclage ou film	Cerclage/Film	Cerclage/Film	Film
Bande kraft	Oui	Non	Non
Palettisation robot	Oui	Oui	Oui

UN PARI HUMAIN
DES ENJEUX COLLECTIFS

Toutes ces mutations auront des impacts durables sur les équipes et induiront des évolutions nécessaires pour les absorber sereinement. On peut en citer trois.

L'IMPACT INDUSTRIEL

Compte tenu de la hausse de volume générée par l'arrivée de deux rotatives, les équipes de production seront réorganisées sur l'intégralité du parc machines.

Pour se faire, la politique de formation et de polyvalence des équipes déployée depuis 2 ans se poursuivra.

L'IMPACT DÉMOGRAPHIQUE

L'un des enjeux majeurs des prochaines années, au regard de la courbe de la moyenne d'âge de l'entreprise, sera l'anticipation des départs en retraite. Ce sujet complexe va obliger l'équipe d'encadrement à réfléchir à la question suivante :

« Comment transmettre l'expérience des anciens tout en recrutant la nouvelle génération, pour permettre l'évolution de la stratégie d'entreprise et l'évolution naturelle des processus de fonctionnement ? »

L'IMPACT CULTUREL

Passer d'une stratégie d'imprimeur vers une stratégie de communicant, est certes une vraie évolution dans le positionnement de l'entreprise, mais aussi dans le «savoir-être» de ses salariés.

Depuis plusieurs années, les équipes de l'imprimerie sont managées suivant le positionnement « *le client au centre de l'entreprise* ».

> ***Nous souhaitons renforcer cette politique grâce à la re-définition des valeurs de l'entreprise. Associer valeurs et plans d'action permettra à Mordacq de donner du sens à sa démarche et ainsi renforcer la cohésion des équipes autour d'objectifs communs. La compétition dans notre secteur d'activité augmentant, le collectif doit être au cœur de la stratégie de l'entreprise.»***
>
> Olivier Duparc - *Directeur Général*

L'imprimerie embauche 4 à 5 personnes, puis à terme 10 à 12 personnes.
Les premiers postes sont à pourvoir dès que possible.
Fiches de poste disponibles sur Linkedin et sur www.imprimeriemordacq.fr

COMPÉTITIVITÉ ET PÉRENNITÉ

NOUVELLES ROTATIVES, NOUVELLES POSSIBILITÉS

L'imprimerie Mordacq réalise une vente qualifiée d'intégrée. Elle est en capacité de vendre un produit fini incluant la création, l'impression,la finition et la livraison, conçu de A à Z et diffusé depuis le site d'Aire-sur-la-Lys. Elle permet une moindre dépendance vis-à-vis de l'externe et une approche commerciale différente en fonction de deux principaux flux de vente :

- Le flux PDF
  (Impression, Finition, Livraison)
- Le flux Studio M Publishing
  (Création, Impression, Finition, Livraison).

Autonomie, souplesse, réactivité, expertise sont les valeurs de l'imprimerie depuis 1924. Son développement va de paire avec ces valeurs. Depuis presque 100 ans, la société cherche constamment des solutions pour assurer la réussite de ses clients. L'arrivée des deux nouvelles rotatives et le développement du pôle de création Studio M Publishing marquent un nouveau coup d'accélérateur dans la course à la polyvalence qui fait rage sur le marché.

Plus de 25 nouveaux produits proposés à ses clients

Le marché du labeur, de l'édition périodique et du catalogue seront les grands bénéficiaires de la LITHOMAN 48 pages et de la ROTOMAN 16 pages. Grâce à ces deux nouvelles machines, l'équipe commerciale de l'imprimerie sera en capacité de proposer des nouveautés à ses clients :

MARCHÉS	MACHINES	ATOUTS	NOUVEAUX PRODUITS
LABEUR PROSPECTUS	LITHOMAN 48 PAGES	• Complément de pagination en format A4/A3/A2 • Spare en cas de panne sur la 32 pages	• Format A4, **12/24** pages centrées • 20/28/32/**48**/56 pages selon le format fini • Format A3, 12/24/32 pages selon format fini • Format A2, **6/8** pages selon format fini
	ROTOMAN 16 PAGES 70	• Positionnement marché 3 et 4 volets (dans le même sens) • Ajout capacité de production sur volume de 16 pages	• Format A4, 3V/4V selon format fini et sorties en même sens pour l'encartage ou brochage
ÉDITION PÉRIODIQUES CATALOGUES	LITHOMAN 48 PAGES	• Production de cahiers 48 pages en coupe courte (hauteur maximum de 29 cm) • Gain de productivité en façonnage (nombre de cahiers)	• Format A4, **12/24** pages centrée, **48** pages selon format finis
	ROTOMAN 16 PAGES 70	• Couverturière en sortie directe de roto pliée ou sortie à plat en 4 ou 5 couleurs recto/verso • Réalisation de cahiers 16 pages, en plus de 115 grammes et en 5 couleurs	• Format A4, **4 pages avec ou sans rabat** selon format fini en 5 couleurs • Format A4, **16 pages** selon format fini en 5 couleurs

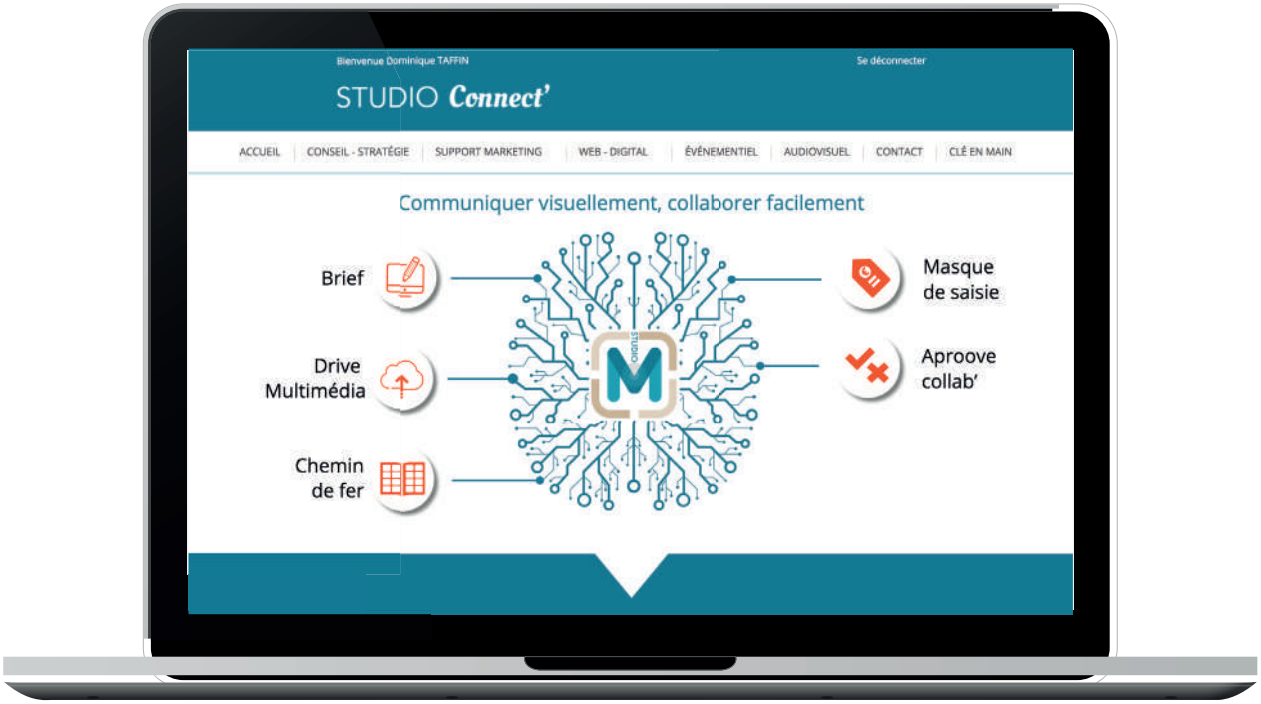
DÉVELOPPEMENT D'UNE APPLICATION WEB EN B2B ENTIÈREMENT PERSONNALISÉ SELON LES BESOINS DU CLIENT

Depuis 2 ans, nous travaillons au développement d'une solution connectée, pour toujours mieux accompagner nos clients dans la mise en place de leurs opérations marketing selon leur image et leurs objectifs commerciaux. Une application web conçue pour le B2B à partir de laquelle le client pourra :

- **Suivre** l'évolution de ses projets tout au long d'une timeline synchronisée avec notre planning interne
- **Composer** ses supports de communication à partir de sa base de données produits
- **Collaborer** avec nos équipes en temps réel, du brief créatif jusqu'à la validation finale
- **Annoter** les différentes maquettes avec des outils de correction et de versionning
- **Décliner** ses supports en divers formats selon l'envergure de son opération en omnicanale

STUDIO Connect

Et tout ça depuis une même interface en B2B, personnalisée, disponible en ligne et accessible à tout moment : Studio Connect !



CAP 2020

Rue de Constantinople
62120 Aire sur la Lys

03 21 39 19 39

www.imprimeriemordacq.fr

Suivez-nous !

CONTACT PRESSE

Maité BAUDUIN - 03 21 39 19 39 - mbauduin@mordacq.com