

Aire Informatique

Olivier Heu (44 ans) a fondé voilà 24 ans la société Aire Informatique. En 2001, il part à Montréal ouvrir la société sœur Airesys, avant de créer, voilà 6 mois, la société Intraprint Corp. à Dallas. Portrait d'un homme et d'une des principales sociétés de GPAO au monde.

France Graphique : Cinq ans après avoir créé la société Airesys au Canada, pouvez-vous revenir sur le pourquoi et le comment de cette création ?

Olivier Heu : Deux raisons principales ont présidé à la création d'Airesys à Montréal. La première : en France, comme pour beaucoup de TPE/PME, il devient de plus en plus difficile de recruter des collaborateurs et Aire Informatique, suite notamment au passage aux 35 h, ne pouvait plus continuer à assurer sa recherche et développement dans des conditions satisfaisantes. Alors, c'est vrai, quand je suis parti, j'étais un peu fâché contre tout cet environnement défavorable aux développements des entreprises...

F.G. : Et la seconde raison ?

O.H. : Quelle que soit l'incontestable créativité et le potentiel d'innovation des logiciels de source française, le seul marché national des industries graphiques ne permet pas aux éditeurs tels que Aire Informatique d'atteindre les volumes nécessaires au support d'une grande équipe de développement. L'exportation n'est pas pour nous un choix, mais un impératif de gestion. Toutefois, si quasiment tous nos concurrents exportent, notre choix a été de nous implanter à l'étranger car il est très difficile de se développer si l'on n'est pas sur place. Ainsi, notre démarche en Amérique du Nord, engagée il y a 5 ans

par une implantation directe au Canada, nous procure aujourd'hui des résultats significatifs, ce qui nous permet de consacrer des moyens plus importants à la constante amélioration de notre logiciel Intraprint. Nos clients français en bénéficient directement, car c'est le même logiciel qui est installé partout, en France, aux USA ou au Canada.

F.G. : Et pourquoi, à l'origine, le choix de Montréal ?

O.H. : Aux États-Unis, le taux d'échec des implantations des entreprises françaises est considérable. La Coface cite le chiffre de 1 succès pour 7 tentatives. Quant au Québec, il représente un sas entre le monde français et le monde anglo-saxon, avec une adaptation en douceur et sans rupture linguistique. D'ailleurs, beaucoup de nos développeurs (9 au total) sont des Français expatriés.

F.G. : D'un point de vue logiciels de GPAO, quelles sont les principales différences entre la France/Europe et le monde anglo-saxon ?

O.H. : Les logiciels GPAO français, surtout dans la partie technique (devis, lancement de fabrication...), sont supérieurs à tout ce que l'on trouve à l'étranger. Avec une grande créativité et ingéniosité... En revanche, j'apprécie beaucoup la clientèle anglo-saxonne par son approche très pragmatique de l'outil informatique. Ainsi, contrairement en particulier en France, l'approche conceptuelle n'existe quasiment pas... C'est d'ailleurs l'une des raisons qui fait que le JDF est moins développé aujourd'hui aux USA qu'en Europe. Autre différence : la relation au travail n'est pas la même dans les pays anglo-saxons : c'est bien organisé, convivial et tout le monde rame dans le même sens...

F.G. : Quels sont vos atouts pour vous implanter dans les imprimeries anglo-saxonnes ?

O.H. : Nous avons environ 50 concurrents aux USA contre seulement 6-7 en France... La concurrence est donc massive, mais on se différencie par notre créativité. Ce qui



Olivier Heu (à dr.) et Jacky Ménager, respectivement gérant et directeur général de Aire Informatique. De plus, Olivier Heu est président de Airesys à Montréal (Canada) et de Intraprint Corp à Dallas (Texas).

est impératif car si le produit présente les mêmes fonctionnalités, le fournisseur américain a la faveur du client...

F.G. : Précisément, quels sont les points forts du logiciel Intraprint ?

O.H. : Intraprint est l'une des très rares solutions du marché qui associe la GPAO à une plate-forme de services en ligne totalement intégrée. Nos clients américains nous amènent aussi à imaginer et concevoir de nouvelles applications originales. Ainsi, nous venons d'introduire en France notre nouveau produit Intraprint 24/7 (successeur du module Intraprint IWS : Intraprint Web Solutions), qui est une solution de gestion complète du « Web à l'impression ». Ce produit, qui fonctionne en toute indépendance avec ses différents modules, est une solution de commerce électronique personnalisable, permettant de prendre les commandes sur Internet, et peut être totalement intégrée au logiciel Intraprint.

La conquête de l'Ouest



via la technologie des Web Services (SOA en anglais : « architectures orientées services ») (voir autre article « Panorama des éditeurs »).

F.G. : Aux Etats-Unis justement, où en est-vous dans vos implantations ?

O.H. : Tout d'abord, je voudrais indiquer que c'est précisément notre produit Intracprint 24/7 qui permet notre percée aux USA. En effet, on utilise depuis deux ans déjà la technologie des Web Services et, a priori, on est toujours les seuls... Ainsi, aux Etats-Unis, nous avons six clients : - Printmania à Tampa (Floride) : environ 50 personnes, impression offset et numérique, activités B to B et B to C.

• HH Imaging à San Francisco (Californie) : pré-press et impression offset et rotative, 80 personnes, 20% de leurs commandes sont prises par Internet.

• Consolidated Press à Seattle (Washington) : 90 personnes, 2 rotos journaux +

machines feuilles.

• Walker Printing à Mentor (Ohio) : 20 personnes, offset feuilles.

• JPS Marketing à Détroit (Michigan) : 30 personnes, 3 presses numériques Xerox IGen3.

• Dynacolor à Miami (Floride) : 45 personnes, offset feuilles.

En France, nous avons également un grand groupe d'imprimerie qui utilise nos Web services pour offrir à sa clientèle le calcul de devis en ligne ; mais il ne souhaite pas communiquer... Quant à Intracprint 24/7, nous avons désormais un premier client français. Nous allons très bientôt ouvrir le site easilyprint.com. De plus, nous sommes en train d'établir des partenariats avec certains fournisseurs de presses numériques.

F.G. : Aujourd'hui, quel est le nombre total de vos installations dans le monde ?

O.H. : Au total, ce sont aujourd'hui plus de 150 entreprises qui utilisent le logiciel Intracprint, réparties sur 200 sites différents, dans 15 pays (France, Etats-Unis, Canada, Belgique, Suisse, Singapour, Afrique du Sud, Australie...).

Ainsi, le logiciel Intracprint est commercialisé en 4 langues distinctes dans 16 pays sur les 5 continents.

F.G. : Comment à présent êtes-vous organisés d'un point de vue sociétés et pour quels résultats financiers ?

O.H. : Aujourd'hui, les trois structures emploient au total 27 personnes - 11 pour Aire Informatique, 14 pour Airesys (Canada ; dont 9 développeurs), et 2 pour Intracprint Corp (Dallas, Etats Unis). En 2005, Aire Informatique, qui couvre l'Europe et l'Afrique, a réalisé un C.A. ht de 1,076 million d'euros, soit une croissance de 18% comparée à 2004, et une rentabilité d'environ 5%. Pour 2006, nous prévoyons aussi une forte croissance d'environ 20%, grâce notamment à deux très importantes commandes : un important groupe rotativiste de l'Ouest de la France et le groupe CPI (1er imprimeur de livres noir/blanc au monde, environ 4000 personnes, sites en Angleterre, France, Allemagne...). Celui-ci

va déployer Intracprint, notamment dans les imprimeries Brocard et Taupin, Bussière, France Quercy, Firmin Didot et Hérissé ; l'installation porte dans une première phase sur 150 postes puis, à terme, jusqu'à 300 postes. Quant à la société Airesys (Canada), elle a réalisé en 2005 un C.A. de 500.000 euros. Mais son potentiel de croissance est de 30-40% par an, sachant qu'au Canada il y a environ 3300 imprimeries et, aux Etats-Unis, 63.000 imprimeries dont 14.000 comptent plus de 10 personnes.

F.G. : Dans le domaine du JDF, où en êtes-vous, tant sur le plan technologique qu'en terme d'installations ?

O.H. : En ce qui concerne le JDF, la communication de Intracprint s'effectue pour l'heure uniquement dans le sens descendant. Donc pas le JMF dans le sens remontant, mais ce n'est qu'une histoire de temps, sachant que dans la version actuelle de JDF 1.3, les données disponibles ne sont pas suffisantes pour se substituer à notre traditionnelle prise de donnée en atelier par code barre. Quant à la version 4.4 d'Intracprint, actuellement en cours de développement, elle inclut le nouveau module JDFActiveLink. Cette nouvelle option permet aux utilisateurs de collecter toute l'information des dossiers de production depuis l'atelier et d'alimenter directement le suivi de production Intracprint quand un dossier est créé et à chaque étape de la production. Aire Informatique avec Airesys (société sœur du Canada) confirme donc leur adhésion en tant que membre « full member » de l'organisation CIP4 qui assure la promotion du JDF.

F.G. : Et en ce qui concerne vos installations JDF ?

O.H. : Nous avons une installation JDF à l'imprimerie canadienne SpeedFast (90 personnes, offset feuilles) avec un flux Rampage. En France, le groupe P.P.O. (Publicité Presse Offset) à Pantin (93) est désormais équipé de Intracprint avec l'option JDF. Quant à l'imprimerie F.O.I. à Livarot, elle est actuellement en site bêta pour Intracprint avec le JDF. ■