

Comment l'imprimerie Deprez continue de tirer plus de 250 magazines par mois

L'imprimerie Léonce Deprez, reprise par Léonce-Antoine Deprez depuis l'an dernier après sa liquidation judiciaire, continue de se moderniser à Wancourt, au bord de l'autoroute A1, pour s'adapter aux multiples bouleversements du secteur. Le dernier : la guerre en Ukraine.

PAR THOMAS BOURGOIS (TEXTES)
ET LUDOVIC MAILLARD (PHOTOS)
arras@lavoixdunord.fr

WANCOURT.

Cent ans d'histoire... et de tourments

L'imprimerie Léonce Deprez fête cette année ses 100 ans ! Un bel âge, marqué des années de *success story*, un développement continu, mais aussi par une crise profonde dans les années 2000, qui s'est conclue par le redressement, puis la liquidation judiciaire de l'entreprise en 2021. Le fils de l'ancien patron, Léonce-Antoine Deprez, a réussi à reprendre les rênes de l'entreprise familiale, en faisant le pari de la rendre « *plus digitale* », plus moderne et bien « *plus flexible* » pour affronter les multiples bouleversements du secteur. L'imprimerie a alors délaissé son site historique de Ruitz, pour mener ce nouveau pari dans ses locaux au bord de l'autoroute A1, à Wancourt (Artoipole).



Une modernisation nécessaire

La réponse de Léonce-Antoine Deprez aux crises : l'optimisation. Le planning des impressions est par exemple désormais automatisé. Le dirigeant espère encore changer une de ses machines (surtout destinée aux belles couvertures) pour mieux coller au marché. Un investissement d'1,5 million d'euros. D'ici deux ans, il ambitionne aussi agrandir le site de 2 000 m² pour mieux répartir stockage, production et façonnage (pliage, etc.). Une petite révolution : avant mars 2021, le façonnage se faisait encore sur le site de Ruitz, à trente kilomètres de là...



Le poids des crises

Après la crise du Covid, la guerre en Ukraine. Le prix de la tonne de papier a plus que doublé depuis l'an dernier, les délais se sont allongés (trois mois au lieu de trois semaines). « *Là où on avait un stock de 1 200 tonnes de papier, on a dû le monter aujourd'hui à 2 000* », explique Léonce-Antoine Deprez. Le but est clair : répondre autant que possible aux demandes des clients, à qui le dirigeant a écrit en début de mois, en leur assurant « *mettre tout en œuvre pour limiter nos hausses de coûts de production* », les autres matières premières ayant elles aussi flambé. La tenue des délais est essentielle pour la boîte de 67 salariés : une grande partie de l'activité est axée sur la presse magazine, professionnelle et institutionnelle. C'est d'ici que sortent plus de 250 magazines français, dont *Pif Gadget*, *VSD*, *So Foot*, ou encore *Society*, qui a enchaîné les réimpressions au cours de l'été 2020 avec son enquête sur l'affaire Dupont de Ligonès.



Une motivation tenace

La fin du papier, au profit d'Internet ? Léonce-Antoine refuse d'y croire. « *L'info écrite, papier, a encore de l'avenir, tranche-t-il. Mais la tendance est aujourd'hui à la baisse des tirages, et à l'amélioration de la qualité. On est sûr de beaux produits, de beaux magazines, que l'on achète le week-end ou pendant ses vacances pour prendre le temps de les lire et de se reposer les yeux.* » Surtout, le dirigeant rappelle dès qu'il le peut que « *la digitalisation de l'info n'est pas si clean que ça* » et consomme beaucoup d'énergie... ■