

Cyrnos se met au parfum

CONTINU

En imprimant en ligne
un vernis odorant,
cet imprimeur voisin de Grasse
depuis plus de 50 ans
lance une offensive de charme
qui touche déjà le marché
national du marketing direct
et de la VPC.

On dirait le Sud... Arborant fièrement des gerbes de mimosa, emblème de l'entreprise, Cyrnos Imprimeur embauma littéralement tout un périmètre de la Semaine internationale du marketing direct. Un joli coup de soleil pour inaugurer sa grande première d'exposant à ce salon. Le mimosa ou le "multimédia sensoriel", tel est le concept proposé par Paule Véra-Finocchi, directeur général de l'imprimerie Cyrnos, qui souhaite communiquer en "conjuguant tous les sens : le visuel, le toucher et l'odorat".

À des années-lumière de l'univers immatériel et froid des ordinateurs et autres périphériques, le multimédia chez Cyrnos se veut ouvert à l'"émotion". Qui imprègne beaucoup plus comme ces huiles essentielles encapsulées qui libèrent leur arôme dans le vernis odorant s'imprimant en ligne sur la rotative entrée en juin 1995. Coût de l'investissement : 7 MF, pour cette machine multi-tâches 520 mm de laize qui atteint une vitesse de 3 000 mètres/minute et permet tout un ensemble de procédés en ligne.

Grasse, a su "accompagner la formidable croissance de l'informatique de gestion". Entrée il y a six ans sur ce marché, elle innove encore aujourd'hui en ciblant le marketing direct et la vente par correspondance. Ses impressions parfumées ont d'ores et déjà séduit les industries de l'agro-alimentaire, les parfumeurs, les fabricants de voitures..., remarque Paule Véra-Finocchi qui vise ici les nouveaux marchés de sa "communication vitale" : étiquettes, encarts publicitaires, mailings, actions promotionnelles. La clientèle régionale s'est ainsi enrichie de contacts sur toute la France grâce à "cette nouvelle offre qui intéresse aussi l'Italie, l'Espagne, la Grèce et la Suisse" et risque bien d'augmenter sa part export avoisinant actuellement les 5 %.

Avantage notoire de cette nouveauté : "l'optimisation du coût, le procédé flexographique facilitant les grandes séries et les gros mailings", observe la dirigeante. Par ailleurs, vernis haute brillance, encre pour effets spéciaux, encre grattable pour les sociétés de jeux, encre délébile ou gommable sur tous supports infalsifiables agréés composent toute une gamme de nouveaux services. Et, depuis janvier 1996, l'entreprise imprime également de l'encre qui devient invisible après séchage. Avec le marketing direct, l'imprimerie Cyrnos qui imprime et transforme sur plus de 5 000 m² avec un effectif de 30 personnes évolue vers la diversification. "Par la force des choses, le marketing direct supplantera sans doute le continu. Il l'a déjà supplanté chez nous puisqu'il représente plus de la moitié de notre activité", souligne Paule Véra-Finocchi.



Mme Véra-Finocchi, SIMD 96.

Imprimer autrement le monde

Spécialisée depuis 1944 dans les imprimés commerciaux, administratifs et la feuille en continu, l'imprimerie Cyrnos qui tient une carte maîtresse dans le fameux triangle d'azur qui relie Nice, Cannes et

M. P.