

Communiqué de presse

Matteo Rigamonti dévoile les secrets du succès de Pixart.it

*Le directeur de Pixart.it a révélé les secrets de son modèle économique à une
Master class
lors du récent Salon International Pro Digit@l de Lisbonne*

Marghera, le 18 mars 2010 –

Avec une croissance de 30% en 2009 par rapport à l'exercice précédent, un pic à 60% en février 2010 par rapport à février 2009, et l'annonce d'une nouvelle expansion de la société vers un nouveau site pour répondre, même temporairement, aux besoins d'agrandissement de la capacité de production afin de satisfaire la demande, pixart.it fait feu de tout bois.

Le succès de la formule d'impression via le web de Pixart.it pourrait sembler énigmatique, particulièrement au regard de son marché secoué par de constants soubresauts et les difficultés conséquentes de nombreuses sociétés.

Invité à témoigner sur l'histoire jalonnée de succès de sa société dans le cadre du renommé **Forum International Pro Digit@l 2010 à Lisbonne**, qui s'est tenu les 27 et 28 février derniers, **Matteo Rigamonti** n'a pas hésité à partager ses secrets devant un large public. « Pourquoi devrais-je en faire mystère ? Pour commencer, utilisons une image : acheter un Stradivarius ne fera pas pour autant de son propriétaire un violoniste de renommée internationale, » déclare Matteo. « Apprendre les bases du marketing et des connaissances économiques élémentaires est à la portée de tout un chacun. Vous pouvez les porter au pinacle, vous pouvez les étudier, mais c'est autre chose de les appliquer de manière correcte. »

Fidèle à son style direct et volontiers provocateur, Matteo Rigamonti a présenté les principales règles marketing qu'il a appliquées au secteur de l'impression via le web et qui ont abouti aux résultats phénoménaux de sa société ces dernières années.

Son postulat de base était : « ce qui est important ce n'est pas ce que vous vendez, mais comment vous le vendez. Les règles sont toujours les mêmes : ce sont des émotions et des motivations similaires qui poussent les gens à acheter une boisson, une paire de chaussures ou un produit imprimé. » Un exemple parlant souligne ce constat : le marché des chips est extrêmement compétitif. Il compte de nombreux acteurs et des produits encore plus nombreux étalés sur les rayons des magasins. Et pourtant, bien que le marché ait semblé saturé, une société s'est mise à vendre des chips dans un emballage inhabituel (un tube rigide au lieu d'un sac) et a remporté aussitôt d'importantes parts de marché. Comment cela est-il possible ?

Cet exemple peut être rapporté au marché de l'impression où règne le statu quo, dans un environnement en apparence saturé, où les prestataires s'affrontent uniquement sur les prix. Et c'est pourtant là que des sociétés comme Pixart.it sont parvenues à trouver un espace pour grandir et les résultats financiers sont là pour l'attester.

Le secret, selon Matteo Rigamonti, est simplement de travailler dans le monde de l'impression BtoB et de lui appliquer des règles marketing qui sont expliquées dans les livres d'école depuis plus de 50 ans. Il faut étudier son produit ou service, en se concentrant sur les besoins élémentaires des gens : simplifier la vie, résoudre les problèmes pratiques, développer un modèle économique rentable et se dégager malgré tout du temps libre pour soi.

Cela peut paraître banal, mais ce sont les bases qui tiennent le modèle économique de Pixart.it : un système facile à utiliser, des prix compétitifs, des solutions pensées pour des besoins réels, et un délai de livraison garanti.

Dans ce sens, Matteo ajoute : « Les sociétés sur le marché de l'impression n'ont pas évolué pendant de nombreuses années : elles travaillent de la même manière, elles suivent les mêmes approches avec leurs clients, et elles font leur travail quotidien dans le respect de la tradition. Cela donne un système statique imperméable à toute idée neuve de changement ou d'évolution. A présent, et cela encore plus qu'avant, il faut être courageux pour oser aller dans des sens différents. »

Pixart.it a été audacieux quand il s'est mis à redéfinir son modèle économique en 2005 pour devenir exclusivement une société d'impression par le web avec pour l'essentiel des clients entreprises payant à la livraison. « Cela a été un choix risqué : nous avons éliminé les clients qui payaient en retard et tous ceux qui avaient besoin de confort, de garanties et faisaient des

modifications intempestives et continues pendant le traitement de leurs commandes. Par conséquent, nous avons commencé avec un cercle restreint de clients. Certains ont pu penser que c'était une folie, et c'était en effet un virage difficile à prendre. Au long cours, heureusement, nous avons été récompensé de notre audace avec à ce jour 60 000 clients en Europe qui apprécient notre travail et nous paient nos services dans les temps. »

Pixart.it n'a pas d'équipe commerciale dédiée et ne participe pas particulièrement aux salons ou événements commerciaux : la seule véritable vitrine pour ses produits est l'internet, soutenue par des activités marketing qui prennent différentes formes : publicités, relations presse et publipostage. Pour cette raison, Matteo affirme : « Je crois fermement que l'avenir est en ligne, mais c'est un environnement où il n'y a pas de place pour un second. Pensez : différentes plates-formes de recherche sont apparues au fil des années, mais le leader indiscutable aujourd'hui est Google. Il y a plusieurs exemples similaires. C'est pourquoi notre objectif est de devenir le leader incontournable de l'impression via le web. Il s'agit en effet d'une ambition forte, mais je pense qu'un autre secret pour réussir est de se donner des objectifs apparemment impossibles à atteindre. Cela nous stimule et nous force à tirer profit de toutes nos ressources, intellectuelles, créatives, afin de trouver le chemin vers les sommets. »

À propos de Pixart.it

Pixart.it a été fondé en 1994 par Matteo Rigamonti. Installée sur les berges de la lagune en face de Venise, la société compte aujourd'hui près de 60 000 clients disséminés dans toute l'Europe et traite un millier de commandes par jour. Pixart.it est spécialisé dans les services d'impression couleurs standard (revues et catalogues, cartes postales, stickers, étiquettes, dépliants...), d'impression en grand format (reproduction haute résolution, poster et affichage, drapeaux et tissus, adhésifs et bâches, présentoirs...) et de packaging (variété de boîtes pliables cartonnées). Elle s'appuie sur une unité de production représentant plus de 25 solutions d'impression, du plotter à la presse numérique (solutions d'impression de Durst, HP, Zund, Roland, Mimaki, KIP, Komori).