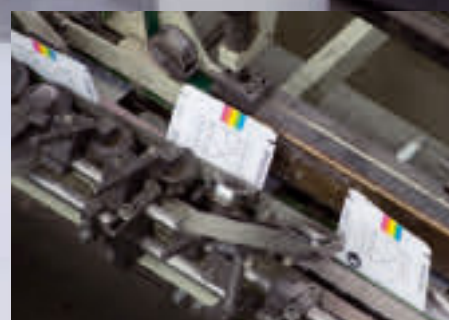
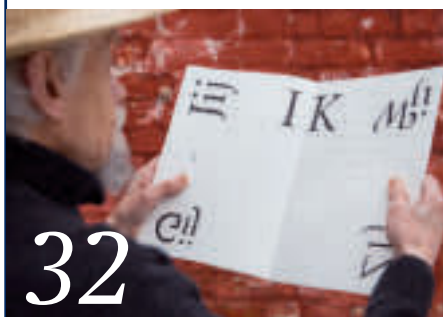




3D, LE NOUVEAU CONTINENT
LE CARTON PLIANT : HISTOIRES INSPIRATRICES
NOUVELLES POSSIBILITÉS AVEC SIGN & DISPLAY
SCODIX – UV D'EXCEPTION !
LINOPRINT, UN AN APRÈS
PROPOS SUR LE LIVRE

Guy Schockaert s'est éteint ce 11 janvier 2013 après avoir lutté près d'un an et demi contre le mal qui le rongait. Il avait soixante-trois ans. Avec lui disparaît la dernière «conscience» typographique de Plantin, une fonction de conseiller qu'il avait reprise à des prédécesseurs aussi illustres que Jos Leonard et Fernand Baudin. Fêru de typographie, soucieux à l'extrême de qualité et d'intelligibilité, il avait maintenu pendant près de 25 ans les plus hautes valeurs graphiques dans les imprimés de notre maison, essentiellement les périodiques Plantinfo et Esperluette. Son chef-d'oeuvre

restera le prestigieux ouvrage qu'il consacra au centenaire de Plantin en 2011. Extrêmement actif sur les plans associatif et culturel, Guy Schockaert fut notamment Président de l'ICOGRADA – International Council of Graphic Design Associations – le seul Belge à avoir accédé à ce poste prestigieux. C'était aussi un ami attentif, un grand-père affectueux et un pédagogue recherché. Son souvenir restera vivace auprès de ceux qui ont eu le privilège de travailler avec ce professionnel exigeant et inspiré.



En savoir plus ?

Vous souhaitez en savoir plus sur un des sujets de ce numéro d'Esperluette ? Vos données ne sont pas correctes ou vous souhaitez abonner un collègue à ce magazine (gratuit) ? Alors, surfez sur www.plantin.be ou www.tetterode.nl et choisissez une des possibilités en cliquant sur le bouton «Contact».

SOMMAIRE

- 3 Avant-propos
- 4 Evere fait peau neuve!
- 6 3D, le nouveau continent
- 8 L'impression 3D entre en chirurgie
- 10 Reconnaître, créer et profiter des opportunités
Verenigde Jouter Drukkerijen (Joure, NL)
- 12 Tetterode lance sons E-service
- 14 Les couturiers du carton à gâteaux
Flanders Printing (Lokeren, BE)
- 16 Une riche palette de clients
Style Mathôt (Haarlem, NL)
- 18 Un séminaire sur le «Short Run Packaging»
- 20 Heidelberg Speedmaster XL 162-6-LX
Smurfit Kappa Zedek (Deventer, NL)
- 22 Scodix – UV d'exception!
- 24 Du cornet à frites et d'autres accessoires
Dimpack (Deerlijk, BE)
- 26 Plantin Tetterode Display : en plein mouvement positif
- 28 Des fournitures à faible migration pour
emballages alimentaires
- 29 Tout ce qui colle!
Van Bortel & Co (Wilrijk, BE)
- 31 Linoprint, un an après. Le succès!
- 32 Propos sur le livre
Interview avec Herman Lampaert
- 34 The Wall



AVANT-PROPOS Esperluette

Dans les industries graphiques, comme dans bien d'autres secteurs de l'économie, la crise continue à produire ses effets dévastateurs. Aussi notre secteur – tant les constructeurs que les imprimeurs qui utilisent leurs machines – cherche-t-il d'autres créneaux, sinon d'autres options techniques, quitte à s'éloigner parfois fort loin de l'impression traditionnelle.

Cette évolution, Plantin et Tetterode l'ont fait sienne en poursuivant sur d'autres chemins, l'écoute, le conseil et le support à leurs clients... sans renoncer à ce qui fait le cœur de leur activité: l'imprimerie sous tous ses aspects.

Notre vocation n'a pas varié. Expérimenter de nouvelles technologies ne débouche pas nécessairement sur un changement complet de paradigme. Il s'agit d'explorer d'autres voies, de continuer à proposer de la valeur ajoutée, à dégager de nouvelles pistes de profit... sans que ces opportunités ne compromettent les modèles économiques qui ont fait la fortune de nos industries. Pour nous, éclairer nos clients sur d'autres ouvertures est une démarche responsable. Une aide à l'analyse plutôt qu'une incitation à l'aventure. Chercher autre chose sans renoncer au rempart des certitudes. Mais il n'empêche: les territoires où s'engagent Plantin et Tetterode dépassent aujourd'hui les frontières de l'imprimerie stricto sensu. Notre portfolio a évolué: les machines 3D Mcor, les imprimantes UV Scodix, les traceuses découpeuses digitales Highcon sont autant de signes avant-coureurs de notre adéquation aux nouvelles exigences du métier et à ses mutations. Nous sommes embarqués avec nos clients dans une aventure qui nous mènera sans doute très loin de ce que nous avons connu ces 100 dernières années. Quel que soit le tour que l'avenir donnera à nos métiers, l'essentiel est que nous restions compétents, que nous maîtrisions les techniques émergentes. La connaissance reste une valeur-clé, surtout dans nos pays à forte vocation exportatrice. Aussi continuons-nous à apporter notre soutien à des initiatives comme EuroSkills (évoquée ailleurs dans ces pages), à favoriser la formation auprès des PME et des écoles professionnelles. Tout en gardant à l'esprit que ces formations ne se limiteront plus aux industries graphiques, mais à des technologies aujourd'hui encore à leurs balbutiements. La mission de Plantin et de Tetterode ne se limite pas à la vente de machines, elle touche aux services, aux fournitures, à la formation, à des spécialités comme le Sign & Display et le Colour Management. Notre DNA, c'est le service global; notre ambition, celle d'un intégrateur.

Hans Huyghe
Managing Director Plantin
Algemeen Directeur Tetterode

Evere fait peau neuve !

Les bâtiments de Plantin à Evere sont en plein chantier. Les transformations les plus visibles – le nouveau showroom et le comptoir d'accueil – ne couvrent que la partie émergée du projet. Car le programme nous amène beaucoup plus loin qu'un simple remodelage. C'est du bâtiment dans son ensemble qu'il s'agit, qui se trouve ainsi adapté aux nouvelles missions de Plantin. Quand les travaux seront achevés, il aura fallu plusieurs années pour tout mener à bien.



Francis Van Hassel est un vieux routier de l'entreprise. Cet électricien de formation a passé 18 ans dans les services techniques avant de reprendre – en 2004 – la responsabilité des bâtiments et de la prévention. «Les transformations ont commencé au moment du rapprochement entre Plantin et Tetterode. La nouvelle organisation exigeait une mise à niveau des entrepôts. Les locaux ont été réaménagés, un système d'éclairage à faible consommation d'énergie a été installé. Nos services ont aussi procédé à la construction d'un quai de déchargement et d'un parc à conteneurs.»

Les différentes missions de Francis Van Hassel sont liées. Cela va de tout ce qui concerne le siège d'Evere – entretien, réparations, nettoyage, cafétéria, sécurité – à la coordination des gros chantiers et à la prévention. Ce dernier point est particulièrement stratégique; cette mission occupe 35% du temps de Francis!

Le grand showroom est sans doute l'élément le plus visible du programme de rénovation. Les installations n'avaient plus été retouchées depuis l'ouverture du siège, il y a 33 ans. Tout a été renouvelé: les murs, le plafond, l'éclairage, l'infrastructure technique, le sol... de manière à accueillir les machines de dernière génération et – objectif tout aussi prioritaire – de faire baisser la consommation d'énergie. Le même concept que celui choisi pour l'éclairage des magasins a été retenu. «Nous avons réussi à juguler les coûts grâce à de toutes nouvelles techniques. Résultat: 60% d'économie dans les entrepôts, 40% dans le showroom!»

Ecorus est une société internationale active dans le développement, le financement et l'exploitation d'installations productrices d'énergie solaire. L'entreprise utilise toutes les ressources des technologies de pointe afin de limiter l'empreinte carbone de ses clients, anticipant par là les obligations nationales et internationales liées à la réduction des émissions de gaz à effet de serre. Ecorus est constamment à la recherche de sites et de toitures industrielles pour la mise en oeuvre de ses projets de production d'énergie verte. C'est ainsi qu'elle est tombée sur les 8.000 mètres carrés des magasins de Plantin à Evere. Elle y a installé 2.500 panneaux photovoltaïques totalisant 6.000 mètres carrés. «L'intérêt de cette formule, dit Francis Van Hassel, est qu'Ecorus ne fournit pas seulement le financement et l'entretien de ces installations, elle en assure le contrôle afin d'en tirer les meilleurs rendements. Ecorus démonte aussi les équipements si le renouvellement de la toiture l'impose. Les installations sont complètement déposées après 25 ans. C'est un service all-in.»



Un des aspects les plus intéressants de ce chantier est le passage à l'énergie renouvelable et la production d'électricité en mode propre. «Nous avons fait appel à une firme internationale – Ecorus – au terme d'une étude de marché approfondie. Ecorus place des installations de panneaux solaires et en assure l'entretien. La firme paie une location pour nos mètres carrés de toiture et fait son affaire de récupérer les certificats verts attachés à la production d'énergie. Plantin paie ainsi son électricité à un tiers du prix du marché. En cas de surproduction, l'électricité excédentaire est revendue à des marchands d'énergie. Sur le toit de nos bâtiments, 2.500 panneaux solaires ont été ainsi installés, couplés à 54 convertisseurs. Plantin devrait produire quelque 600.000 KWh par an, ce qui représente une économie

de 35 tonnes de CO₂. Un écran, installé à l'entrée du showroom, indique en permanence le niveau de production d'énergie photovoltaïque et la quantité de CO₂ épargnée. Il ne s'agit pas que de bien faire, il faut encore le faire savoir!»

«Notre démarche, en optant pour l'électricité verte, est à la fois morale et économique.» Plantin contribue, de même que les constructeurs qu'elle représente, à la sauvegarde de l'environnement. «Chaque année,» nous confie Francis Van Hassel, «nous nous efforçons d'aller un peu plus loin, de mettre en place des solutions toujours plus intelligentes et d'épargner plus d'énergie encore. Le bénéfice augmente à mesure que le prix de l'énergie croît.»

3D PRINTING

Le nouveau continent

Bart Dupon possède 22 ans d'expérience dans le domaine graphique. Longtemps actif en prepress et en impression sur rotatives, il s'est installé comme indépendant dans la 3D – un secteur qui lui paraît d'un grand potentiel – avant de rejoindre Plantin et Tetterode à la demande de Hans Huyghe. L'intérêt de ce rapprochement ? Le sentiment d'avoir rallié une entreprise qui ne se contente plus d'écouler des produits, mais offre un service complet à ses clients. « Notre équipe comporte deux collaborateurs autres que moi : Steven Scheirlinckx, notre ingénieur d'application, et Marco Koolbergen qui prospecte le marché hollandais. Des gens parfaitement formés à la démonstration et à la mise en oeuvre de ces nouvelles techniques. »

La 3D (entendez les trois dimensions) ouvre depuis peu de nouvelles opportunités aux industries graphiques. Au-delà de l'impression traditionnelle, la 3D libère d'autres segments de marché, balise de nouveaux territoires. Coup de flash sur un business en émergence avec Bart Dupon, Business Development Manager 3D pour Plantin et Tetterode.

Bart Dupon : «La 3D est une extension du métier d'imprimeur. Après tout, ne s'agit-il pas de conception et de visualisation, sous une autre forme certes, mais qui offre à la création de tous nouveaux secteurs à explorer. Ses applications sont nombreuses dans l'industrie, la médecine, l'éducation et le loisir. Nous proposons, des solutions complètes tant sur le plan créatif qu'au niveau des logiciels, des matériels, du service, de la formation et des consommables. Ajoutez-y les compétences de nos équipes en matière de gestion des processus, et le tableau sera complet. Un partenariat d'exception. Là aussi!»

Une solution complète? Sans doute. Car Plantin et Tetterode apportent des réponses à tous les niveaux de l'offre 3D. Bart Dupon : «Sur le plan de la saisie des données, nous offrons les scanners Creaform et Roland DG. Creaform est une firme canadienne active sur le plan des body scanners, des scanners portables et des outils à mesurer des objets en 3D. Ces matériels sont très demandés pour tout ce qui concerne les applications médicales, sans mentionner des domaines comme la rétroingénierie*, la conception de surfaces et la simulation numérique. Leur capacité à conserver des objets sous forme digitale et de participer à leur archivage mérite aussi d'être soulignée. Roland DG était déjà fournisseur chez Plantin Tetterode Display. Cette firme produit des scanners rotatifs de table destinés à la saisie de petits objets. Le scannage de formes irrégulières est une spécialité dont les fonctionnalités deviennent de moins en moins coûteuses.»

Sur le plan des logiciels de traitement, les deux fabricants susnommés proposent chacun leur solution. Creaform

dispose de Geomagic et Roland DG de Pix Form Pro.

«Au niveau de la fabrication, nous représentons les imprimantes 3D de la marque Mcor, une société familiale irlandaise qui produit des machines fonctionnant avec du papier, de la colle et des couteaux à découper. Les feuilles A4 sont encollées, superposées et découpées selon les instructions du logiciel, composant des répliques exactes et bon marché. La gamme Mcor, qui comprend trois modèles – les 300, 300+ et Iris – utilise des papiers de 80 ou 160 grammes. Les résolutions sont de 0,1 mm ou 0,2 mm. La collaboration avec Plantin et Tetterode a débouché sur la définition des meilleures qualités de papiers et de colles, la qualité de ces consommables intervenant pour une bonne part dans la finesse et l'innocuité écologique des modèles produits. L'avantage des réalisations Mcor réside évidemment dans l'utilisation du papier, un matériau infiniment moins onéreux que les poudres et les résines intervenant dans la majorité des autres procédés. Le tout dernier modèle de la gamme Mcor – Iris – est équipé d'une imprimante à jet d'encre qui permet à la machine de restituer des objets 3D en pleine couleur. Les compétences de Plantin et Tetterode en Color Management trouvent bien sûr à se valoriser dans ce créneau. Les encres utilisées par Iris – faut-il le rappeler – sont parfaitement écologiques.»

Roland DG propose sa gamme MDX – six modèles – qui sont des machines à fraiser des matériaux chimiques durs ou tendres ou des métaux ductiles comme l'aluminium ou le cuivre. Ici aussi, nous offrons un service complet comprenant la formation, les accessoires et les consommables.

Quels sont les domaines d'application de la 3D? Ils sont innombrables, tant dans le Business-to-Business que dans le Business-to-Customer. Citons, dans le désordre, la rétroingénierie, la modélisation, le prototypage, le design, l'art, le médical, l'automobile, la bijouterie, le contrôle de qualité, les systèmes de mesure, l'aérospatiale, l'automobile, la recherche, l'éducation, les moules pour l'industrie alimentaire, l'emballage sous blister... Mais aussi les cadeaux d'affaire, les menus objets, les portraits en 3D, etc.

Bart Dupon: «À propos des consommables, rappelons que nous commercialisons aussi des variétés de papier et toutes sortes de produits de vernissage ou d'ennoblissement pour modèles 3D. Toujours dans le domaine de la 3D, signalons encore que nous commercialisons certains matériels de thermoformage Formech. Cette firme d'origine britannique, qui totalise plus de 30 ans d'expérience dans son domaine, dispose d'une gamme très étendue de machines. Le thermoformage se situe dans le voisinage immédiat du packaging, de la signalisation et de la production de produits moulés. De plus, ce domaine s'accommode des plus petits tirages, ce qui ouvre à ceux qui y sont actifs une infinité de possibilités. La position de fournisseur de solutions clé en mains que Plantin et Tetterode peut faire valoir dans ce nouveau créneau la destine naturellement à se profiler comme un partenaire de confiance.»

* La rétroingénierie (ou «reverse engineering») consiste à scanner en 3D des objets ou des pièces existantes de manière à en réutiliser les données pour d'autres applications – une remise en fabrication, par exemple.

Des modèles crâniens en papier utilisables en salle d'opération, c'est déjà possible ! Le professeur Olszewski, chef de laboratoire à l'UCL, utilise les capacités des imprimantes Mcor pour ouvrir la chirurgie aux prototypes en trois dimensions. Il reste bien sûr quelques étapes à franchir, mais le train est en route. Avec l'aide de Plantin.

Le professeur Raphaël Olszewski, chef de laboratoire à l'Université Catholique de Louvain, est un spécialiste de la chirurgie maxillo-faciale. L'exercice de son métier, situé à la jonction de la dentisterie et de la reconstruction crânienne l'a naturellement amené à s'intéresser aux modèles physiques destinés aux salles d'opération. «Il est important pour nous que ces modèles céphalométriques soient au format réel et aussi précis que possible, afin que nous puissions préparer au mieux nos interventions et gagner, en salle, un temps précieux. Au-delà du scanner conventionnel, nos laboratoires utilisent des techniques beaucoup plus fines comme la cone beam computer tomography pour affiner la représentation des zones à reconstruire.» Avec le temps, le professeur Olszewski a été amené à approfondir les techniques de représentation 3D et la mise au point de prototypes en résine. Mais le procédé est onéreux, les modèles sont lourds et les produits durcisseurs qui servent à les confectionner sont relativement toxiques. D'où l'idée d'investiguer des

modèles de prototypage légers. Au fil de ses nombreux contacts avec des équipes étrangères, l'apprentissage de logiciels de plus en plus pointus, la poursuite de ses recherches en vue d'un PhD, la préparation de publications académiques sur le sujet, Prof. Raphaël Olszewski finit par découvrir Mcor... sur Google.

Mcor Technologies est une firme irlandaise spécialisée dans l'impression 3D pour la réalisation de modèles en papier, un matériau bon marché qui, collé et découpé par lames, fournit des prototypes de toutes sortes avec une précision remarquable. De plus, ces machines sont bon marché, simples à utiliser et ne nécessitent pas la présence d'ingénieurs ou d'informaticiens. En 2011, un don de la Fondation Saint-Luc permet à Prof. Olszewski d'acheter une de ces machines. Seulement voilà : le support fourni par le revendeur est inexistant. Olszewski désespère, lorsqu'il apprend que Plantin reprend la représentation de Mcor pour le Benelux. «Les choses ont changé du tout au tout. Je me suis

trouvé devant des techniciens formés qui m'ont aidé à trouver les meilleures sortes de papier, les colles les mieux adaptées, les procédés de découpe les plus efficaces.»

Bien sûr, il reste du chemin à parcourir. Il faut vérifier les conditions de stérilité des modèles, l'éventuelle toxicité des composants et faire accepter le procédé par les autorités médicales, mais Prof. Olszewski y travaille d'arrache-pied.

«Nous sommes toute une équipe à poursuivre des investigations sur cette technique. Les perspectives tant en chirurgie maxillo-faciale qu'en dentisterie sont immenses et ce qui a filtré de nos études suscite un intérêt considérable. A ce stade, nous sommes les seuls dans le monde à travailler sur ce type de modélisation.»



Le rapport entre la chirurgie maxillo-faciale et Plantin et Tetterode ? Le détour est surprenant. Le monde graphique évolue lentement vers la 3D. Des techniques éprouvées comme le relief et le gaufrage existent depuis longtemps. Ces dernières années, les progrès enregistrés sur les effets spéciaux ont ouvert à notre industrie de nouvelles perspectives. Avec des machines comme celles proposées par Mcor Technologies, un pas supplémentaire a été franchi. Cette fois, il ne s'agit plus d'illusions d'optique plus ou moins efficaces, nous entrons véritablement dans le domaine de la troisième dimension. Mieux, les dernières machines du constructeur irlandais – la série Iris – proposent maintenant des modèles utilisant la couleur, avec toutes les nuances colorimétriques imaginables.

L'impression 3D entre en chirurgie



Reconnaître, créer et saisir des opportunités

Marc Draaisma de l'imprimerie Verenigde Joster Drukkerijen (VJD) est un directeur général enthousiaste. Pas étonnant car l'entreprise se porte à merveille et les quatre membres de la direction ont des plans plus ambitieux encore.

Marc Draaisma fait partie de la direction de l'entreprise avec Jan-Eric Siemonsma, Anno Terpstra et Peter Bil. Les quatre sont aussi les propriétaires de l'imprimerie. «Nous nous complétons parfaitement, avec chacun nos propres missions qui vont de la stratégie, du commerce et du marketing à la technique, l'organisation et la gestion d'entreprise.» De cette façon, les quatre partenaires se soutiennent et se stimulent mutuellement dans leurs ambitions. Une équipe saine et solide donc, car les quatre hommes forment également une quatuor fanatique de coureurs de fond.

UNE NOUVELLE VOIE

Il y a près de cinq ans, nos interlocuteurs décidèrent qu'il était grand temps de changer radicalement de cap. Leur plan stratégique se résumait à diversifier l'entreprise et démarrer, en dehors de l'impression de documents commerciaux, une nouvelle activité dans l'emballage. En 2006, leur carnet de commandes se composait encore à 95% de travaux d'imprimerie. Leur nouvel objectif était de se constituer en 2011-2012 un carnet de commandes rempli pour moitié de cartonnage à plat. Draaisma : «Dans un marché en récession, nous avons vu de nouvelles opportunités dans ce type de travaux. Le cartonnage est un produit distinctif. Au lieu des 3000 concurrents que nous avions à cette époque, il n'en restait soudainement plus que cinq sur ce nouveau créneau.» Afin de pouvoir jouer un rôle sur le marché de l'emballage, VJD investit dans une machine de découpe à plat, une encolleuse Jagenberg Diana, une insoleuse de plaques Heidelberg Suprasetter A75 et une presse 6-couleurs avec vernis Heidelberg Speedmaster XL 75. «Nous avons déjà une grande affinité avec le cartonnage pliant mais,

après les investissements mentionnés, nous étions en état de produire entièrement sur notre propre site. Très vite, nous avons convaincu des clients dans les industries du tabac et de la confiserie de nos capacités. Nous avons développé une petite boîte en carton bien adaptée à l'industrie de la confiserie que nous pouvions réaliser avec un excellent rapport qualité/prix. Le scepticisme du début, dû au fait qu'il n'y avait que trois entreprises en Europe qui pouvaient fabriquer ce type d'emballage, a fait place à un véritable enthousiasme. Après avoir décroché notre première grande commande, les autres parties ont commencé à nous regarder d'un autre œil. Tout à coup, nous comptons aussi.»

«Le format 60,5 x 75 cm nous rend un peu présomptueux,» explique Marc Draaisma en évoquant la Speedmaster XL 75. «Nous pouvons produire des tirages petits à moyens à des tarifs très avantageux. Nous n'avons jamais regretté d'avoir acheté cette machine. Rien que le nombre de types de papiers que cette presse peut gérer sans problèmes est incroyable : des types les plus courants au carton N flute et à des cartons jusqu'à 800 microns d'épaisseur. La première commande que nous avons réalisée sur la machine devait être livrée le jour même. Nous y sommes parvenus sans problèmes grâce à l'unité de vernissage.»

AMBITIEUX

Il poursuit : «Depuis, le cartonnage pliant représente 65% de notre chiffre d'affaires total. L'objectif de 2006 a donc largement été atteint. Mais nos ambitions vont encore plus loin. Nous voulons doubler notre chiffre d'affaires dans les cinq prochaines années. Notre presse nous fournit encore assez de capacité supplémentaire pour atteindre ce nouvel

G.à.d. : Jan-Eric Siemonsma,
Marc Draaisma, Anno Terpstra
et Peter Bil

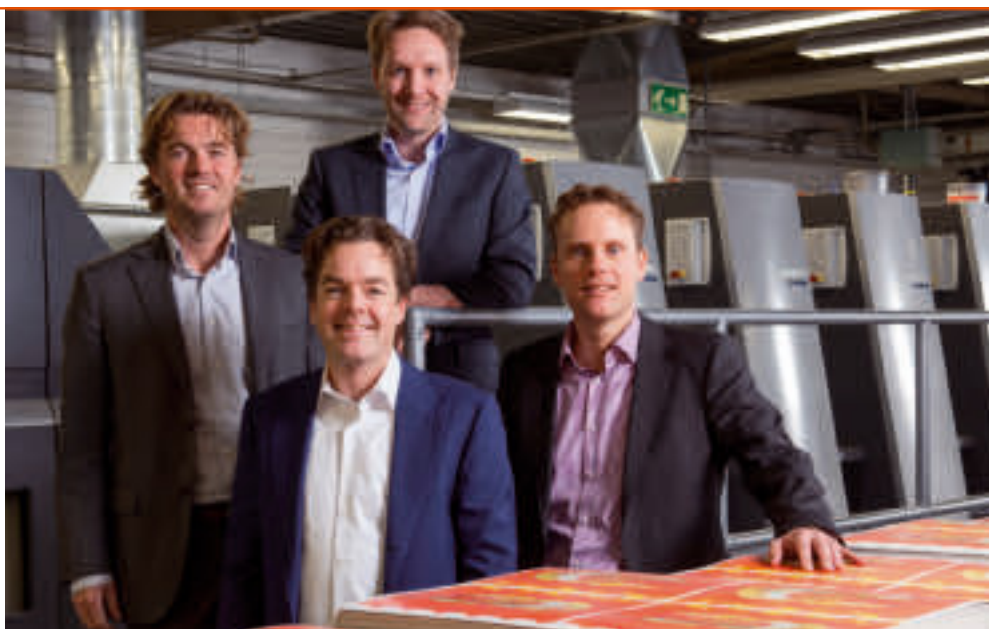


objectif sans problèmes. A l'heure actuelle, nous travaillons 4 jours avec deux équipes et 1 jour avec une équipe. Là aussi, nous pouvons encore augmenter les cadences. D'autre part, nous comptons investir l'année prochaine dans deux nouvelles machines supplémentaires – une découpeuse à plat et une encolleuse – afin d'augmenter notre capacité de production.»

La progression du carton pliant a rendu plus pressante la demande d'une certification pour une production sans risques pour les denrées alimentaires. Draaisma: «En plus de nos certificats actuels ISO 9001:2008 (qualité), ISO 14001:2004 et FSC, nous avons établi un nouveau règlement domestique comme première étape vers une certification BRC. Ce règlement prévoit la possibilité d'organiser des audits internes pour des clients existants, ainsi que pour les entreprises qui envisagent de confier leur production de carton pliant à VJD.»

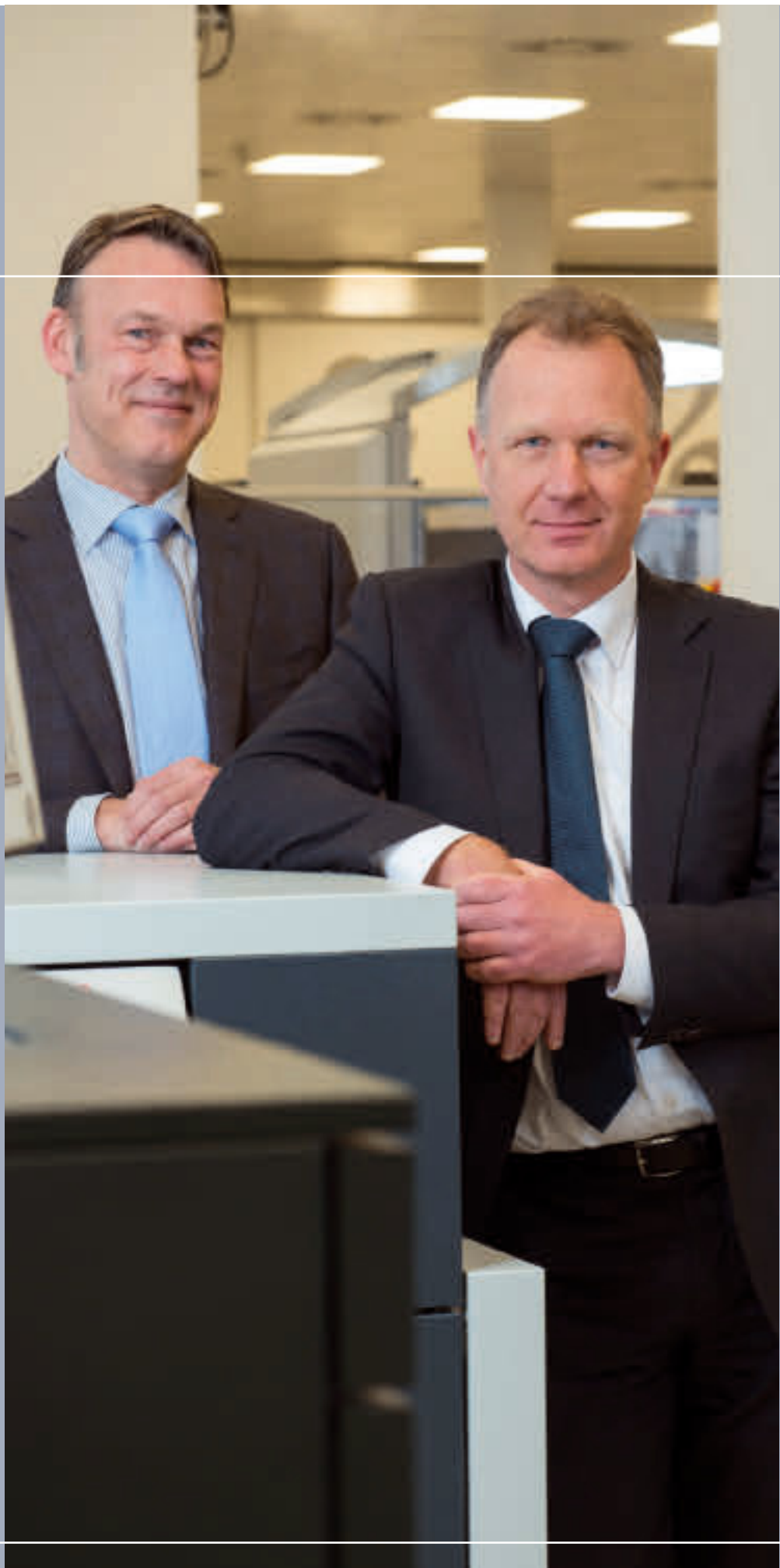
DÉVELOPPER NOUS-MÊMES

Fournir des produits de qualité, réfléchir avec le client et tenir parole: pour VJD, tout cela est évident. Tout comme continuer à innover. Aussi l'entreprise a-t-elle imaginé un emballage d'envoi spécial permettant aux clients d'attirer plus d'attention sur leurs produits. Et susciter un maximum de réactions sans faire dérailler les frais de port. Draaisma: «Mailingbox.nl fournit des emballages d'envoi standard, imprimés au souhait du client, et avec un tarif de port toujours favorable.» C'est d'ailleurs cette force innovatrice qui nous distingue de la concurrence: «Neuf fois sur dix nous sommes impliqués dans le processus de développement d'un emballage pour nos clients et, ensemble, nous réussissons à trouver une solution.»



Tetterode lance son E-service

Maarten Lebbing (à gauche sûr la photo):
«Notre démarche est partie d'une série de constatations. Tout d'abord, Internet nous permet aujourd'hui d'être très proches de nos clients, de pouvoir réagir rapidement et efficacement à leurs besoins, et cela dans un contexte très personnalisé.»



QUELS SONT LES AVANTAGES DE E-SERVICE ?

- Les services sont toujours prestés par les techniciens de Tetterode: du personnel compétent, motivé et certifié.
- Votre avantage financier est clairement affiché. Vos tarifs dépendent du niveau de service que vous avez demandé. En toute transparence.
- Vous pouvez demander notre intervention au moment que vous choisissez.
- Les informations sur ces services sont accessibles via le website de Tetterode (www.tetterode.nl/e-service).

Depuis septembre 2012 – et actuellement pour le seul marché hollandais

– Tetterode commercialise un nouveau service technique via Internet.

Dénommé E-service, cette offre répond à l'évolution du marché des arts graphiques et aux contraintes financières croissantes auxquelles sont de plus en plus souvent soumises les imprimeries. & a rencontré les concepteurs de E-service: Maarten Lebbing et Arnold van der Zee.

Il n'y a rien de neuf dans cette offre.

Maarten Lebbing: «Sans doute. Heidelberg propose des E-services depuis un moment. Et leur portefeuille a été actualisé lors de la dernière drupa. Il existe une grande variété de contrats d'entretien, de réparation, de services à la demande, d'assistance téléphonique ou autres. Mais ce sont des services à profil international, même si Plantin et Tetterode les ont adaptés aux besoins de leurs marchés. E-service est une offre complémentaire qui vient compléter notre portefeuille existant. Elle est destinée à répondre aux nouvelles réalités du terrain.»

Arnold van der Zee: «Ces réalités sont complexes. Historiquement, le client hollandais n'aime pas se lier par un contrat trop formalisé. De plus, les temps sont durs et les dépenses sont pesées et soupesées.»

ML: «En gros, il existe deux voies. Les contrats de maintenance ou d'intervention à long terme, dont les tarifs sont convenus et les interventions détaillées. Ou les services à la demande: le client téléphone et nos techniciens interviennent. Le problème? Dans ces cas-là, les coûts sont inconnus du client. De plus, les services à la demande coûtent relativement cher à

notre organisation, dans la mesure où ils doivent le plus souvent être exécutés dans un délai rapproché et sont par conséquent difficiles à planifier. La formule est finalement plus chère pour tout le monde. Et nous revenons au constat de base: comment un imprimeur peut-il se ménager un bon service pour le meilleur prix? Nous pensons que notre E-service est une solution parfaitement adaptée à un environnement où nos clients sont confrontés à un marché en constriction et des marges congrues.»

Expliquez-nous ?

AvdZ: «Il n'y a pas de contrat. Une relation directe avec le client s'établit par Internet et celui-ci a accès aux tarifs, qu'ils soient forfaitaires ou horaires. Ces montants permettent d'estimer avec précision un entretien standard. Les réparations sont entièrement tarifées et dépendent du temps de réaction requis par le client. Si c'est plus compliqué, nos techniciens établissent une offre selon les tarifs E-service. Notre offre se positionne donc entre la formule on-call et le contrat, sans l'incertitude de la première et les contraintes du second. Cela dit, le contrat d'entretien offre d'autres avantages que

l'E-service: tarifs les plus avantageux, un help-desk gratuit et les meilleurs temps de réponse. C'est une question de choix.»

Pour quels types de machine E-service est-il disponible ?

AvdZ: «Les grands classiques de la gamme Heidelberg. Les presses les plus répandues sont aussi celles que nos techniciens connaissent le mieux, ce qui est un gage d'efficacité. Nous parlons des Speedmaster et Printmaster 52 et 74, des GTO 46/52, de la Quickmaster QM46 et des platines. Sous ce régime, nos interventions couvrent les pannes ainsi que les entretiens préventifs.»

Ce service est-il appelé à évoluer ?

ML: «La formule est en test depuis juin 2012 et pleinement opérationnelle depuis septembre. Nous construisons notre expérience et nous avons effectivement l'intention d'élargir le portail. Plus de services, des fournitures, une facturation électronique, un historique on-line des machines, des informations, des offres temporaires, des formules promotionnelles. E-service est un outil de relation. De plus, nous pensons l'élargir à la Belgique.»

FLANDERS PRINTING

Les couturiers du carton à gâteaux



Opérateur pointu dans un domaine où l'on rencontre relativement peu de spécialistes, Flanders Printing balise un marché à la fois inattendu et fort sympathique. Mais attention, c'est aussi une entreprise de dimension internationale où la connaissance des habitudes de consommation renvoie à la mécanisation des modes de fabrication. On y sort plus ou moins 10 millions de boîtes par an ! Rencontre avec Tino Facchin, directeur général et chargé de production.

Flanders Printing est installée à Lokeren. L'enseigne résulte, depuis 2000, de la fusion de trois entreprises largement familiales : Kartonnage Facchin, Kartonnage Fabra et Drukkerij De Landtsheer. Les deux premières actives dans le domaine des boîtes pour la pâtisserie et le chocolat, la troisième dans l'imprimerie commerciale. La firme compte cinq associés et quinze membres du personnel. Tino Facchin, le directeur de production : « Notre business repose à 90% sur la boîte à pâtisserie, un marché relativement étroit où la concurrence est faible. Nous produisons des boîtes de toutes tailles et de tous modèles que nous exportons vers plusieurs pays européens, le plus souvent auprès de grossistes. Cela dit, notre ambition reste d'étendre notre activité à d'autres pays, à nous faire connaître au-delà de nos marchés historiques. » La boîte à gâteaux est une spécialité à forte connotation régionale. Chaque pays ayant ses habitudes, ses formats et ses modes de pliage,

Flanders Printing offre plus d'une centaine de modèles différents, toujours prêts à l'utilisation. D'après Tino Facchin, la firme produit ainsi plus ou moins dix millions de boîtes par an. La firme utilise des cartons issus de la sylviculture durable et des encres sans odeur, respect de l'environnement et sécurité alimentaire obligent. Le marché a en effet évolué. Là où l'on se contentait, dans les années 70, de boîtes en carton blanc avec le nom du client, on est passé à la couleur, au design et à l'impression parfois sophistiqués de logos et d'effets spéciaux. Raisons pour lesquelles Flanders Printing s'est équipée de tout le matériel nécessaire

à la réalisation de produits conformes aux attentes de sa clientèle : un prepress complet, deux presses à imprimer, autant de découpeuses à plat et même une machine à poser des fenêtres transparentes. Mais, le cœur de l'installation est, depuis avril 2012, une plieuse-colleuse Heidelberg Diana X115 C-Comfort. Tino Facchin : « C'est la machine la plus automatisée du marché, ses temps de réglage sont réduits au minimum et il ne nous faut pas plus d'un quart d'heure pour effectuer tous les ajustements que nécessite un changement de job. De plus, nous l'avons équipée d'un dispositif à champ d'ions Plasmajet qui prépare les parties à coller de manière optimale et, surtout, d'une sortie à encaissement automatique Diana Packer qui nous fait gagner en efforts et en productivité. »

Selon le type et la taille des boîtes (la Diana X115 s'accommode de modèles de grand format), la machine peut sortir jusqu'à 17.000 produits à l'heure. Tino Facchin : « Si la mise en boîte automatique nous a fait gagner beaucoup de temps, il reste encore des gisements de productivité. Nous étudions actuellement la possibilité d'installer un équipement de palettisation. »

« Les avantages de notre Diana X 115 ? Des temps de réglage extra-courts, moins d'interventions manuelles, des formats plus grands, moins de stress pour nos emballeurs grâce à la mise en caisse automatique, un surcroît de rapidité, une manipulation largement facilitée pour les opérateurs. Bref, un saut de productivité significatif. »

La Diana X 115 est une machine évolutive de toute dernière génération basée sur la technologie X de Heidelberg. Chaque module est entraîné par son propre servomoteur. Sa qualité de fabrication lui assure une grande stabilité à haute vitesse. Les temps de calage sont fortement réduits grâce aux innovations technologiques apportées au niveau du margueur, des transporteurs (ceux-ci sont étudiés pour s'adapter rapidement à tout changement de production), et à l'automatisation Autoset Plus qui accélère la mise au format en fonction des caractéristiques des boîtes. Grâce à son système de pliage par courroie disponible sur toute la machine, à la longueur de ses stations de précassage et de pliage, la Diana X 115 garantit un pliage et un collage soignés, particulièrement appréciables pour le traitement des impressions délicates.



Ceux qui connaissent Style Mathôt savent que l'entreprise de Haarlem est – entre autres – spécialisée dans la fabrication de pochettes de disques. Un des grands donneurs d'ordre dans ce domaine est Record Industry et les deux sociétés travaillent en étroite collaboration. Aussi ne sont-elles pas installées dans des immeubles voisins sans raison. Un coup d'œil dans le monde fascinant du vinyle.

À gauche Wil Pfeiffer
et à droite Eric Fielmich.

STYLE MATHÔT Une riche palette de clients

& 13-1 16

Le vinyle progresse depuis des années. On estime qu'environ 40 millions de disques se vendent chaque année de par le monde, un nombre croissant d'artistes décidant en effet de sortir également leur musique sur vinyle. Wil Pfeiffer, directeur de Style Mathôt, qui a d'ailleurs travaillé quelques années en tant qu'instructeur chez Tetterode: «Pour les amateurs de musique, la raison est évidente: le vinyle a une tout autre portée qu'un cd. Le son en est beaucoup plus agréable.»

En 2011, Record Industry – la seule société de pressage de disques des Pays-Bas – a pressé 3½ millions de disques, soit une augmentation de 20 pour cent par rapport à l'année précédente. Anouk Rijnders, Sales Manager de Record Industry: «Les amateurs de musique n'ont jamais cessé de s'intéresser au vinyle, mais le choix était limité. Grâce à une offre aujourd'hui plus vaste, sa popularité augmente. D'autre part, l'industrie de la musique continue à innover, comme en joignant un code de téléchargement à un disque vinyle, de manière à pouvoir écouter la musique d'autres façons. Alors que dans les années nonante, nous pressions surtout de la dance music pour des DJ immensément populaires, on parle actuellement – en fonction de l'artiste – de tirages entre 500 et 2.500 exemplaires. Mais il nous arrive d'atteindre les 50.000.»

PRODUCTION DE DISQUES

Nous sommes accueillis pour une visite de «l'usine de disques» et nous découvrons des notions telles que le 'laqueur' (un disque en aluminium pourvu d'une couche d'acétate), le DMM (un disque en



acier inoxydable pourvu d'une couche de cuivre), le tranchet et les matrices. Nous voyons quel rôle joue l'électrolyse. Et entendons les presses siffler et estamper : des machines à vapeur uniques en leur genre fabriquent en 25 secondes des trente-trois tours en pvc fondu, qui sont ensuite glissés soigneusement dans des pochettes intérieures en papier par un bras robotisé, avant d'être emballés dans la pochette définitive du LP.

DES NOMS IMPRESSIONNANTS

Wil Pfeiffer montre fièrement diverses pochettes de LP, en différentes versions, de la jaquette à la pochette à rabat, en passant par la pochette intérieure. Des noms d'artistes impressionnants défilent. Il n'y a pas que des nationaux qui travaillent avec le tandem bien huilé que forment Record Industry et Style Mathôt. Des vedettes internationales comme Robbie Williams, Norah Jones, et U2 font également fabriquer leurs disques et leurs pochettes à Haarlem.

Style Mathôt se charge du prepress et de l'impression des pochettes, ainsi que des étiquettes des disques. Wil Pfeiffer : « Nous parlons d'environ 4.500 pochettes différentes par an et de plus de 7.000 étiquettes sur papier thermorésistant. En fait, ces étiquettes sont tissées dans le vinyle pendant le pressage des disques, ce qui pose des exigences extrêmement sévères au papier.

Par ailleurs, le grand nombre de lignes de commande exige beaucoup de notre prepress; nous sommes dès lors très satisfaits de la Heidelberg Suprasetter. Pour ce qui concerne la presse à imprimer, nous sommes également très contents de nos Speedmasters, deux

5-couleurs avec vernis. Une au format 50x70 en version XL et une au format 35x50. Dans le futur, j'envisage la XL75 avec Anicolor. Cette combinaison nous offre très certainement une valeur ajoutée supplémentaire. »

DES EFFORTS CONSIDÉRABLES

Il poursuit : « Lorsqu'un très vieux disque est réédité, l'artwork original est parfois encore disponible, ce qui est vraiment exceptionnel. Il nous arrive aussi de scanner des pochettes originales et de les reproduire ensuite. »

Les pochettes sont pliées et collées chez Record Industry, qui dispose d'une machine spéciale pour les réaliser. Anouk Rijnders : « Il faut faire de gros efforts pour fabriquer des LP ou il ne faut pas s'y risquer. Il n'y a pas d'intermédiaire. Le produit exige une qualité élevée. Les clients ne veulent pas 'simplement un disque'. Il faut que ce soit une expérience. Voilà pourquoi, les pochettes sont souvent encore assemblées manuellement. Parfois, elles contiennent même tout un livret. Saviez-vous d'ailleurs que le vinyle est inusable ? En fait, il est impossible d'user un disque. C'est une des raisons pour lesquelles le disque vinyle est en train de faire un come-back. Les gens croient à nouveau qu'un disque vaut plus qu'un cd, qui a une durée de vie d'environ 25 ans. Et finalement, les vrais amateurs continuent à acheter des disques. »

ENSEMBLE DANS LES MÉDIAS

Style Mathôt n'est pas uniquement spécialisée dans l'impression de pochettes de disques. La devise de l'entreprise de Haarlem ne dit pas sans raison : une

riche palette de clients ! Ce slogan s'applique tout autant au service. Du projet et du prepress, à l'impression, au multimédia et à la gestion de stock. Eric Fielmich, Sales & Marketing Manager : « Demandez à dix de nos clients pourquoi ils travaillent avec nous et il y a de fortes chances que vous receviez dix réponses différentes. Si l'un nous choisit parce que nous sommes un partenaire capable de combiner la réflexion et l'action, l'autre évoquera notre respect de l'environnement. Ou notre capacité à reprendre intégralement un trajet de communication. A cet effet, nous avons lancé un réseau dans la région, en collaboration avec une série de sociétés de médias, sous la devise 'Ensemble dans les médias'. Nous développons conjointement des stratégies de communication, où les médias sociaux jouent également un rôle, à côté des imprimés. Bref, nous aidons les clients à optimiser leur communication. »

TYPIQUE

En prenant congé, nous remarquons un terminal de paiement à la réception. Wil Pfeiffer sourit quand nous y faisons allusion. « Cela permet aux particuliers qui viennent chercher leur commande – qui vont des faire-part de mariage et de naissance aux cartes de vœux, des invitations, etc. – de payer immédiatement et facilement. Nous avons recommencé à proposer ces imprimés familiaux, désuets il y a peu. Il faut continuer à investir, non seulement dans de nouveaux matériels, mais aussi dans de nouveaux concepts. Sinon, vous ne tenez pas plus de cinq ans. Et quand nous faisons quelque chose, nous le faisons bien. »

Un séminaire sur le «Short Run Packaging»



Le 6 décembre 2012 avait lieu, dans le nouveau showroom de Plantin, à Evere, un Après-Midi Conseil sur les tirages courts dans le domaine de l'emballage. Dans son mot d'introduction, Hans Huyghe, Managing Director Plantin et Algemeen Directeur Tettersode, devait souligner les bouleversements qui secouent aujourd'hui les industries de l'emballage.

Pour ne citer que quelques-uns de ces sujets hautement stratégiques: les défis techniques, les seuils de rentabilité, les problèmes de migration et de stabilité des encres, le business par Internet, le respect de l'environnement, la personnalisation à outrance. Le fait est que le packaging reste un secteur en croissance en dépit des contraintes que la concurrence, la sophistication des procédés de finition et la multiplication des micro-marchés font peser sur lui. Tous éléments qui ont motivé l'ouverture de l'offre de Plantin et Tettersode à de nouveaux modes de prototypage, de découpe et d'ennoblissement, voire à la 3D.

Suivait la présentation de Nigel Tracy, Sales Director chez Highcon. Ce matériel de traçage et de découpe entièrement digital – largement évoqué dans le précédent numéro de notre & consacré à la drupa – était présenté le 6 décembre en grande première pour le Benelux. L'orateur souligna combien le secteur de l'emballage avait évolué en quelques années de la production de masse à la personnalisation. Un produit change aujourd'hui d'emballage toutes les 12 semaines en moyenne, le nombre de marques s'est multiplié, la généralisation des tests a fait exploser les besoins en prototypage... et les quantités ont chuté. A telle enseigne que le packaging de masse a dû céder la place – en termes de rentabilité – aux produits réalisés en quantités moindres. Highcon procède pleinement de cette évolution. A l'époque

où le prepress, les technologies de mise en route des machines et le contrôle permanent des couleurs ont fait gagner des heures aux professionnels, il était temps que la découpe emboîte le pas. Avec Highcon, les temps de mise en route ont été quasiment divisés par trois. Et les coûts unitaires pour les petites séries paraissent sans concurrence !

Un doublé sur Prinect concluait la première partie de la réunion. Sabine Roob, Product Management Prinect Workflow chez Heidelberg, rappela le rôle central du système de workflow dans le «Pack & Label». Opérationnel sur la gestion centralisée des données, la conception assistée, le prepress management, l'optimisation de la découpe et le groupage des jobs, le Color Management, le contrôle de qualité, la finition... les avantages pratiques de Prinect semblent inépuisables. Paul van Marissing, Product Manager Press chez Plantin et Tettersode, devait par la suite évoquer la panoplie d'outils de contrôle proposés par Heidelberg: Auto Register, Axis Control, Image Control, Easy Control... pour ne pas citer le désormais célèbre Prinect Inpress Control, système de mesure et de contrôle «embarqué» qui fait du constructeur allemand le leader incontesté du marché. Faut-il rappeler l'importance de la stabilité des valeurs de production dans le marché extrêmement exigeant du packaging? Prinect Inpress Control permet d'épargner de 8 à 12 minutes par mise en train et d'éviter une gâche de

150 à 200 feuilles par job, ce qui représente des gains spectaculaires pour les professionnels. Une entreprise confrontée à 2.000 mises en production par an peut épargner ainsi jusqu'à 200.000 feuilles de carton et 333 heures d'immobilisation ! Un argument décisif en matière de tirages courts.

L'exposé de Katinka Hetem-van Wijk, Product Manager Ink & Chemicals chez Plantin et Tettersode, venait clôturer la réunion. Il s'agissait de rappeler les avantages du Basic Colour System (BCS) développé par Tettersode et adopté depuis par Plantin. Ce procédé de mixage des couleurs assure une fidélité et une stabilité excédant de loin les recettes Pantone. Universel, stable, adapté à tous les types de papier, BCS procure, outre une régularité et une qualité sans failles, une réduction des temps de préparation et la solution à tous les problèmes de couverture d'encre et de densité.

La démo Highcon concluait la réunion de travail. Une mise en route méticuleuse pour un résultat spectaculaire... devant un public médusé.

UNE HEIDELBERG SPEEDMASTER XL 162

Smurfit Kappa Zedek



Le 2 novembre dernier, une Heidelberg Speedmaster XL 162-6-LX a été officiellement mise en service chez Smurfit Kappa Zedek à Deventer. Le directeur de l'usine, Jeroen Dirne, précise : «Ce fut pour nous l'apogée de 2012. Tout le monde est impressionné par cette presse, tant les clients et les fournisseurs, que nos propres collaborateurs.»



Entre-temps, la presse tourne depuis quelques mois à la grande satisfaction de ses utilisateurs : «Bien que nous n'ayons pas encore profité du potentiel complet de ce matériel, cela ne durera plus très longtemps. Nos imprimeurs sont vraiment super motivés à obtenir le maximum de la machine. Je compte atteindre le niveau prévu en avril prochain.»

AMBITIONS

Les ambitions sont élevées. Jeroen Dirne : «Le temps de mise en service de l'ancienne presse était de 30 à 40 minutes. Avec celle-ci, nous espérons réduire ce temps de moitié. Au sein du groupe, nous avons un système de critères d'évaluation très poussé. Nous voulons figurer cette année encore dans le top 3 des presses offset que Smurfit Kappa possède pour ce type d'applications. Ces critères de comparaison sont vastes, allant des temps de mise en service aux passes, à la vitesse et aux frais d'entretien.»

Lors du choix final, la maintenance a joué un rôle manifeste : «Nous avons pu traduire l'engagement sans équivoque de Heidelberg et de Tettersode en un contrat d'entretien avec des dispositions claires et ambitieuses quant aux durées de fonctionnement. Le service d'assistance de Heidelberg peut également offrir un service à distance, même de façon proactive, puisque la machine est équipée du service e-call.»

La machine s'inscrit parfaitement dans la politique d'entreprise du spécialiste

international de l'emballage et de l'affichage Smurfit Zedek Kappa. Jeroen Dirne : «Être simplement bons ne nous suffit pas. Nous avons l'énergie et la motivation pour ambitionner d'être les meilleurs. Nous voulons continuer à apprendre et à nous améliorer en permanence. Nous apprécions une collaboration pleine de défis avec nos clients et nos collègues. En nous obligeant à rester attentifs et en nous défiant mutuellement, nous créons les fondements d'une relation de travail durable, couronnée d'un succès partagé. Rien n'est plus contagieux que l'enthousiasme. Pour nous, ce sentiment est une deuxième nature.»

RÉORIENTATION STRATÉGIQUE

La Speedmaster XL 162 présente un format d'impression maximal de 121x162 cm (format B7). Avant l'installation de cette machine, Smurfit Kappa Zedek possédait une presse B7 et une presse B6. Jeroen Dirne : «La presse B6 a été démenagée vers un autre lieu de production au sein du groupe. Le fait de miser totalement sur la B7 découle d'une réorientation stratégique, visant à attribuer une place importante à la croissance du marché de l'affichage dans des pays comme la Grande-Bretagne et l'Allemagne. Or, ces marchés exigent le format B7. En outre, les tirages sont souvent relativement petits, ce qui augmente d'autant les temps de mise en production. À côté des affichages, nous produisons aussi beaucoup d'emballages consommateurs, un marché totalement différent avec de tout autres exigences. Les commanditaires d'emballages consommateurs sont souvent très critiques

en ce qui concerne les couleurs des styles d'entreprise, et tout autant sur les prix. La Speedmaster XL 162 s'adapte parfaitement à ce mix d'emballage et d'affichage.»

UNE MACHINE DRUPA

La machine a été présentée pour la première fois à l'occasion de la drupa 2008. Jeroen Dirne : «Je me rappelle que j'étais déjà fort impressionné par ses prestations. Lorsque j'ai entendu que la machine était disponible, j'ai tout de suite su qu'il s'agissait d'une chance unique ! Cette sixième couleur offre tellement plus de possibilités pour reproduire des couleurs spéciales. Comme je viens de le dire, il est très important pour les grandes marques internationales que leurs emballages aient exactement la même apparence dans tous les pays. Nous pouvons garantir la stabilité des couleurs au niveau européen.»

La modification de la stratégie exigeait également des adaptations au niveau du prepress, que nous avons automatisé encore davantage et installé dans un espace à côté de l'imprimerie. En même temps, nous avons opté pour une insoleuse Heidelberg SupraSetter CtP en remplacement des deux installations CtP existantes. Jeroen Dirne : «Les imprimeurs doivent rester autant que possible près de la presse. Tous les matériaux, encres, plaques et palettes de papier doivent leur être livrés de la manière la plus efficace possible. Voilà pourquoi, nous avons opté pour un système d'alimentation en continu entièrement automatique.»

UV d'exception ! Scodix

Le marché de l'ennoblissement par UV est en développement. Scodix – qui n'a à ce jour aucun concurrent dans son créneau – propose une alternative off-line de haute qualité qui destine ses presses au marché des tirages courts. Trente-cinq presses Scodix fonctionnent actuellement de par le monde.



Plantin et Tetterode viennent de prendre la représentation des presses digitales Scodix pour le Benelux. Cette firme israélienne, fondée il y a six ans par des vétérans des industries graphiques, propose une gamme de matériels off-line à jet d'encre UV destinés à l'ennoblissement. Partant, les presses Scodix sont tout naturellement destinées à la production d'effets spéciaux sur les imprimés commerciaux de haut de gamme, les cartes de vœux, les emballages de luxe à tirages courts, les cartes de crédit, etc. L'utilisation d'un polymère liquide transparent (PolySENSE) autorise tous les types de semi-relief et de densité, jusqu'à l'impression Braille. Une des stations de la gamme – Scodix Rainbow – permet encore le dépôt de paillettes, créant des effets de brillance tout à fait confondants.

Scodix offre le plus haut degré de brillance du marché de l'imprimerie, des dépôts de polymère 100 fois plus épais que les vernis les plus performants, des densités de 1% à 100%, une gestion des registres image par image d'une précision inégalée dans l'industrie, des effets optiques sensationnels. Scodix propose actuellement deux formats – 353 x 520mm et 520 x 735mm – et travaille sur de nombreux types de papiers et de supports, du 135 au 675 grammes, y compris les laminats. Une feuille A3 traitée sur presse Scodix revient en moyenne à 4 cents !

Le procédé Scodix répond aux exigences environnementales les plus pointues. Les imprimés ennoblis sur presses Scodix sont non-toxiques et recyclables.

«Lorsque j'ai entendu que la machine était disponible, j'ai tout de suite su qu'il s'agissait d'une chance unique ! Cette sixième couleur offre tellement plus de possibilités pour reproduire des couleurs spéciales.»



A la sortie, nous avons prévu sept rampes de séchage, de sorte qu'au niveau du vernissage la machine puisse continuer à imprimer à une vitesse de 15.000 feuilles à l'heure. Le séchage se fait par une combinaison d'air chaud et de rayonnement infrarouge. La presse produit une quantité de chaleur résiduelle considérable qui est réutilisée puisque la machine a été intégrée dans le système de récupération de chaleur de Smurfit Kappa Zedek. Jeroen Dirne: «Pour nous, le fait d'avoir pu intégrer la nouvelle machine dans le système existant est non seulement intéressant du point de vue des coûts, mais il l'est aussi pour la préservation de l'environnement.»

L'AUTOMATISATION

L'automatisation – au sens le plus large du terme – joue un rôle-clé au sein de

Smurfit Kappa Zedek. Le logiciel de commande de la presse Heidelberg a été relié à une installation de C-tech, qui règle entre autres la livraison et la récupération des palettes. L'interface prepress de Heidelberg gère le lien entre le CtP et la presse.

Heidelberg Prinect Inpress Control mesure et règle la couleur et le registre en ligne, ce qui permet d'obtenir des changements extrêmement rapides. Jeroen Dirne: «Ah, oui, les changements... Avant de prendre notre décision finale, nous nous sommes naturellement bien préparés. Le test avec notre propre travail d'impression à Heidelberg, que nous avons gardé secret jusqu'au dernier moment, a fait merveille. Et le résultat – à savoir l'obtention de couleurs parfaites après seulement

190 feuilles – nous a tout autant impressionnés. Extraordinairement brillant !»

ENGAGEMENT ET SOUTIEN

La presse B7 de Deventer est un scoop à plusieurs niveaux : pour Heidelberg, il s'agit de la première machine de ce type au Benelux et, pour Smurfit Kappa, il s'agit d'un changement radical de fournisseur pour les presses. L'équipe de projet, composée entre autres du chef du service technique et – très important – des imprimeurs, a pu persuader la direction d'acheter la Heidelberg. Et Jeroen Dirne de conclure: «Pour nous, l'engagement des imprimeurs est primordial, car ce sont eux qui doivent travailler sur la presse et concrétiser nos ambitions.»

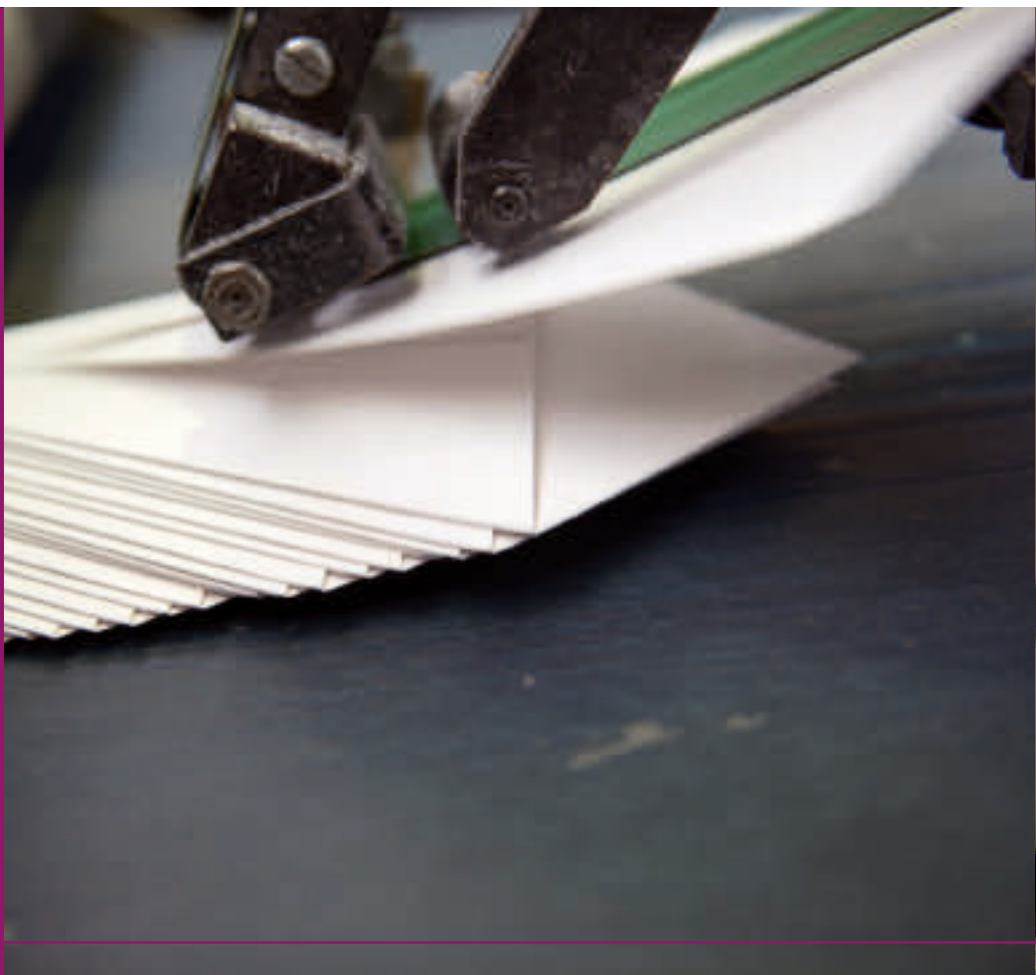


Mario Leta règne sur une micro-entreprise de fournitures pour la restauration. Entendez tout ce qui touche à la présentation et à l'emballage alimentaire. A la fois fabricant, importateur et distributeur, il fait valoir son dynamisme et son bon sens à tous les niveaux de son business. Equipement et effectifs au minimum, stocks impressionnants, Dimpack – c'est le nom de son entreprise – cherche à développer son marché.

«On vous dira que ce n'est pas dans les produits en carton que se situe la croissance. Les accessoires en matière plastique, par exemple, sont bien meilleur marché. C'est vrai, mais en partie, et pour l'instant seulement. Les choses sont en train de changer, notamment en raison des taxes résultant de la législation sur l'environnement. Les qualités écologiques du carton nous font entrevoir un avenir pour nos productions.»

L'assortiment de Dimpack est vaste. Car Mario Leta, non content de produire ses cornets et barquettes pour friteries, est aussi importateur d'emballages et de supports en alu, plastique thermoformé et polystyrène, pour ne pas nommer les innombrables modèles de boîtes, plateaux, bacs, sacs, gobelets, assiettes et autres matériels jetables pour restaurants, boulangeries, snacks, fast-food et «fritkots». Ces derniers constituent une part importante de sa clientèle, et non la plus facile à contenter, nous confie-t-il. Un peu d'histoire. La société s'appelait Dimex Food jusqu'au décès de l'épouse de son fondateur, Willy Kerkhof, en 2011. Mario, qui y avait été tour à tour magasinier, chef de production et chargé des ventes, propose de reprendre la firme et s'associe à un comptable et

Produire, stocker, réceptionner, reconditionner, emballer, palettiser, expédier... le travail de Leta est un jeu incessant de stratégie, de jugement et de logistique. Fabriquer assez pour pouvoir réagir ou stocker au meilleur coût. Commander en suffisance pour anticiper la demande sans encombrer les approvisionnements. Chercher sans cesse de nouvelles représentations. Prospecter de nouveaux clients. S'adapter aux modes et aux réglementations sur la sécurité alimentaire. Le job n'est pas simple et nécessite un solide jugement.



à un transporteur. Depuis, c'est lui qui préside aux destinées de l'entreprise, une sympathique et très active PME de huit personnes. Si Dimpack produit elle-même des articles en carton – essentiellement des cornets et des barquettes pour les friteries – une grande partie de son assortiment est achetée à d'autres fabricants. Ce qui amène Mario à naviguer stratégiquement entre ses ateliers et ses stocks. Ces derniers sont d'ailleurs considérables car, dans le métier, il faut pouvoir répondre dans l'heure à une clientèle exigeante. La concurrence est âpre, et le marché en recul en raison de la crise. Aussi Dimpack cherche-t-il à diversifier sa production d'articles en carton. «Notre cœur de marché, ce sont les cornets et barquettes pour friteries que nous produisons à la demande, mais

il est dangereux de rester dépendant d'un seul créneau, même si nos installations sont largement amorties. Raison pour laquelle, je cherche d'autres niches dans le secteur. Acheter des machines pour se lancer dans des techniques périphériques a toujours posé un problème aux petites entreprises. Aussi nous concentrons-nous sur la découpe et le façonnage, la création et l'impression se font à l'extérieur.»

«Notre plieuse-colleuse Diana 45 est une machine étroite de haut rendement dévolue à la production de cornets à frites. Elle tourne régulièrement car nous sommes alignés sur les cycles de la demande et les contraintes saisonnières. A plein régime, elle peut monter à 260.000 pièces par jour.»



DIMPACK *Du cornet à frites et d'autres accessoires*

En évolution positive





Plantin Tetterode Display est en évolution positive. Au propre et au figuré. Pedro Overmeer, Business Unit Manager Display: «En tant que diversification de Plantin et Tetterode, nous sommes actifs sur le marché du Sign & Display depuis 2010. Et avec succès; notre extension se poursuit. Voilà pourquoi, nous avons déménagé il y a peu nos activités de Wetteren chez Plantin à Bruxelles, un lieu plus central.»

Pedro Overmeer: «Aujourd'hui, nous disposons d'un showroom plus vaste et rénové récemment, qui nous offre davantage de possibilités pour exposer nos machines et fournitures. L'entrepôt est plus spacieux et plus moderne. La mise à jour du stock est désormais automatisée. De plus, nous pouvons faire appel au transporteur fixe avec lequel Plantin travaille depuis des années, ce qui profite à la rapidité de livraison. Tout compte fait, ce déménagement nous a permis d'augmenter considérablement notre niveau de service.»

LA CONNAISSANCE COMME IMAGE DE MARQUE

Plantin Tetterode Display fournit des machines et des accessoires pour le secteur du Sign & Display, comme des films pour la découpe ou pour le transfert, des médias numériques, des imprimantes grand format, des tables de découpe, des lamineurs, des logiciels, du flex et flock, des presses à chaud, des encres, des outils, des films pour vitrages et des systèmes de présentation. Pedro Overmeer: «Par ailleurs, nous organisons beaucoup de formations et de workshops/séminaires. La connaissance et le partage

des connaissances constituent en effet l'image de marque de Plantin Tetterode Display. Nos collaborateurs du service externe, nos product managers et nos techniciens forment – avec les collaborateurs du service interne - une équipe spécialisée, qui se focalise à 100% sur le marché de la signalisation et de l'affichage.»

DE NOUVELLES POSSIBILITÉS

Plantin Tetterode Display continue en outre à chercher activement de nouveaux matériaux et de nouvelles machines, afin d'ouvrir d'autres possibilités au SignPrint Professional. Pedro Overmeer en donne un exemple: «Lors d'un récent salon professionnel de l'agriculture, nous avons démontré – avec quelques partenaires dont 3M et Agro Techniek Holland – les avantages de l'application d'un film réfléchissant sur des véhicules agricoles. Les visiteurs s'y sont intéressés, mais aussi différentes institutions publiques. Le marquage de gabarit permet en effet d'éviter de nombreuses victimes de la circulation. On n'y réfléchit pas mais, rien qu'aux Pays-Bas, on dénombre en moyenne 16 morts, 97 blessés graves et 144 blessés légers par an à cause

d'accidents avec des véhicules agricoles. Tout le monde est conscient du problème. Bon nombre d'accidents se produisent parce que les véhicules sont aperçus trop tard. Le marquage de gabarit augmente significativement la visibilité et, de ce fait, la sécurité. Des discussions sont même en cours avec des assureurs, pour vérifier si l'application d'un marquage de gabarit peut éventuellement mener à une réduction de la prime d'assurance. Voilà qui offrirait des possibilités supplémentaires à nos clients.»

POINT DE COLLECTE

Pedro Overmeer conclut: «Notre nouvel emplacement à Bruxelles est également un point de collecte pour commandes rapides. A titre de service supplémentaire pour nos donneurs d'ordre habitués à devoir se rendre à Wetteren pour leurs commandes de dernière minute, nous avons ouvert un second point de collecte à Melle (dans la Bierhalle). De plus, nos fournitures peuvent être commandées 24 heures sur 24 via www.ptdisplay.eu. Rapide et simple!»

Des fournitures à faible migration pour emballages alimentaires

Les législations européennes relatives à la migration des substances chimiques dans les emballages alimentaires ont subi de nombreuses adaptations ces dernières années. Comme il n'existe pas (encore) de réglementation spécifique pour les imprimés, ceux-ci sont évalués sur base de la norme EC 1935/2004 pour les matières plastiques.

Le point de départ est qu'aucune substance pouvant modifier ou influencer l'odeur, l'apparence ou la saveur du produit original ne peut être utilisée. Il est bien entendu que les substances qui peuvent nuire à la santé de l'homme sont prohibées. Parmi les éléments de la norme susmentionnée on trouve les BPF – les Bonnes Pratiques de Fabrication – dans le cadre desquelles des directives ont été fixées pour le contrôle de la qualité, l'identification et la traçabilité, ceci afin de pouvoir rechercher le cas échéant la cause d'une migration.

Des limites de migration ont été déterminées pour les emballages alimentaires. Une distinction a été établie entre les limites de migration spécifiques (LMS) et les limites de migration globales.

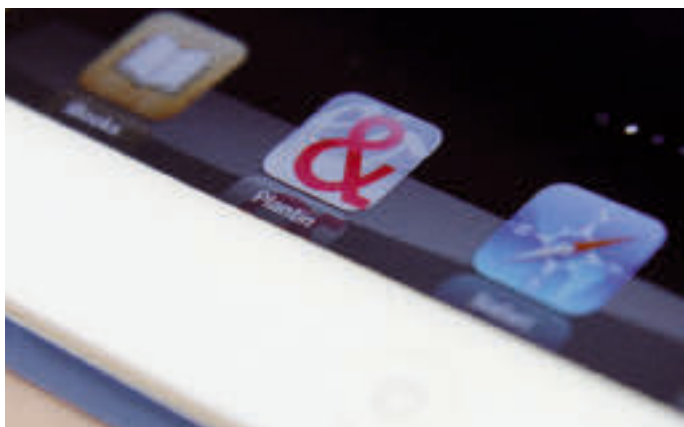
La migration globale examine la migration de substances dans un produit fini combinant l'emballage et la denrée alimentaire. Malgré toutes les mesures de précaution, il est possible qu'un emballage ne passe pas le contrôle. D'éventuelles contaminations pendant le processus de fabrication peuvent en être la cause. Le producteur qui commercialise la denrée alimentaire, y compris l'emballage, est le responsable final.

Les imprimeries peuvent apporter une solution partielle en implémentant une procédure BPF et en utilisant des matériaux qui satisfont aux limites de migration spécifiques. Ces limites servent à constater si une matière première destinée à



l'imprimerie (l'encre, le nettoyant ou les additifs de mouillage, etc.) contient des substances qui peuvent éventuellement migrer vers les denrées alimentaires. Si un matériau passe la procédure de certification LMS, il obtient un certificat, comme, par exemple, Isega ou Fabes.

Plantin et Tetterode proposent une vaste gamme de fournitures agréées par Isega ou Fabes – encres, vernis, additifs de mouillage et nettoyants. Désirez-vous en savoir plus sur l'impression d'emballages pour denrées alimentaires ou sur nos fournitures destinées à cet usage ? Votre Account Manager Supplies se fera un plaisir de vous renseigner.



APP ESPERLUETTE

Vous souhaitez parcourir rapidement le contenu du tout nouveau Esperluette ?

Déchargez-le gratuitement via iTunes ou le Play Store.



Van Bortel & Co est une société active depuis 30 ans à Wilrijk, dans la région anversoise. Partie du secteur du lettrage adhésif, elle a progressivement étendu son marché à l'international et diversifié sa gamme de services à la signalisation, l'impression digitale, les textiles publicitaires et l'habillage de surfaces vitrées. Steven et Imme Vollebergh, ses patrons actuels, collaborent étroitement avec Plantin Tetterode Display.

Steven Vollebergh : «En généralisant très fort, on peut dire que nous sommes opérationnels dans l'impression de toutes les formes de produits autocollants et le placement de feuillets d'habillage pour vitrages. En fait, notre spécialité est l'impression digitale sur autocollants. Nous intervenons partout en Belgique, en Hollande et dans quelques pays limitrophes pour des particuliers, mais surtout des firmes comme Esprit, Scapa, etc. Van Bortel & Co réalise tout de A à Z. Nous assurons la création, nous imprimons et nous plaçons. Nous avons tout le processus de production en main.»

Les atouts de Van Bortel & Co ? Le service, la qualité, la rapidité. Comme tout le monde, nous opposera-t-on ? Pas vraiment. Mieux. La firme anversoise s'est fait une spécialité de ses temps de réaction. Steven : «C'est sur ce plan-là que nous signons notre vraie différence. Pourvu que les conditions de réalisation soient réunies, nous pouvons intervenir dans la journée ! Autre avantage : depuis trois ans, nous ne fermons plus pendant les grandes vacances ni à Noël. Nous profitons ainsi des périodes d'activité laissées en friche par nos concurrents.»

Van Bortel & Co emploie huit personnes, dont deux préposés au traitement des fichiers, deux agents de production pour l'impression et le laminage et deux placeurs. Steven a repris l'entreprise en 2009. C'est désormais lui qui est aux affaires. «En deux ans, nous avons tout

renouvelé : les bâtiments, les machines, le parc automobile, le logo, etc. L'essentiel de notre prospection se fait via les moteurs de recherche Internet. J'utilise aussi, pour moitié de vos ventes, la publicité par e-mail. Nous disposons encore d'une salle d'exposition parfaitement équipée. Nous utilisons des imprimantes Mutoh ValueJet 1624 et des traceurs de découpe Summa; nous tenons à rester à la pointe de la technologie. Tous nos produits et nos consommables – essentiellement les feuillets 3M dont la renommée est déjà une publicité en soi – viennent de Plantin Tetterode Display, une firme avec laquelle nous entretenons les meilleurs rapports de confiance.»

Steven Vollebergh a l'ambition de croître, de renforcer encore sa productivité. Et de baliser le marché international. Van Bortel & Co lancera bientôt «onlinestickershop.be», un site de commande on-line. Histoire d'élargir son marché et de s'attirer une nouvelle clientèle. «Surfer sur les nouveaux modes de communication est essentiel dans ce métier; attendre, c'est risquer de manquer le train.»

«Nous travaillons en pleine sécurité avec nos clients. Dans 80% des cas, ils ne nous demandent même pas de prix.»

L'ARGENT POUR LA BELGIQUE

EuroSkills est un championnat européen qui réunit tous les deux ans une série de représentants – de moins de 26 ans – des métiers techniques et manuels.

En octobre 2012, cette compétition – la troisième du genre – a accueilli à Spa-Francorchamps 430 candidats originaires de 24 pays et représentant 44 métiers différents. L'initiative a du succès puisque 18 télévisions nationales, 500 volontaires et plus de 40.000 visiteurs étaient venus voir nos artisans à l'oeuvre.

Pour la catégorie Imprimerie, Plantin avait accepté d'être sponsor en collaboration avec Cepegra, un centre de formation de Gosselies. C'est avec une Speedmaster SM 52 – accompagnée de toutes les fournitures nécessaires – et une rogneuse Polar 92X que nos techniciens avaient fait le déplacement. Olivier Deloge, de notre client Drifosett (Evere-Belgique), a remporté une très belle médaille d'argent. Depuis un an, Olivier travaille sur une presse Heidelberg SM 52 – 5 couleurs.



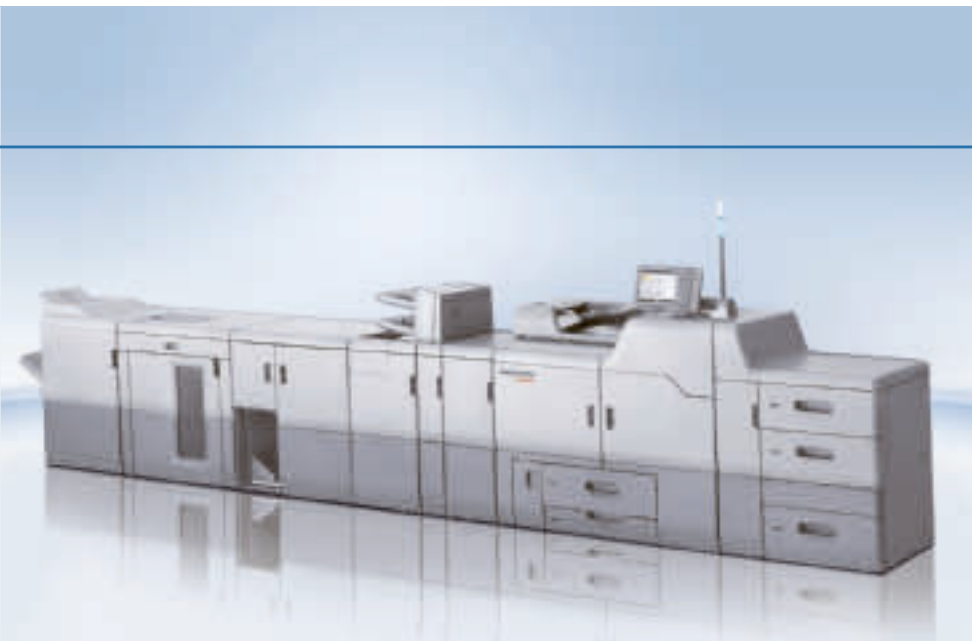
Il y a un an, Plantin et Tetterode faisaient un retour remarqué dans l'impression numérique. Dans la foulée d'un accord conclu entre Tetterode et Canon pour le marché hollandais, Plantin anticipait en signant, début 2012, une lettre d'intention avec Ricoh. Un accord prophétique car, depuis la drupa 2012, Plantin s'est engagée à fond avec Heidelberg sur la gamme Linoprint, des matériels basés précisément sur le concept Ricoh. L'occasion de faire le point sur ce marché avec Wouter Van den Bergh, le spécialiste du digital à Evere.

S'agit-il du même marché que précédemment ?

Contrairement à NexPress (les machines digitales haut de gamme que Heidelberg avait développées avec Kodak), les presses Linoprint sont résolument axées sur le créneau intermédiaire. Deux modèles sont actuellement disponibles, la C901 (30% du marché, à profil industriel) et les C651/C751 (70% du marché, orientée PME). En d'autres termes, Linoprint balise à la fois le «production printing» et les industries graphiques.

Ça marche ?

Après un an d'activité et une dizaine d'unités installées en Belgique et aux Pays-Bas, on peut raisonnablement parler d'un succès. Nous sommes même leaders de segment en «production printing» chez Ricoh. La percée dans les imprimés de circonstance ou à contenu variable est significative. Une grande chaîne de parfumeries l'utilise pour des publicités personnalisées, une société de publipostage pour ses services de marketing direct. Même les imprimeries de moindre taille s'essayaient aujourd'hui au numérique. Fait significatif, 10% des installations ont été vendues à des nouveaux venus sur le marché de l'impression. Dans l'ensemble, les utilisateurs se montrent positifs à propos de Heidelberg Linoprint. Même ceux – les plus exigeants – qui venaient du monde de l'offset.



Où en sont les solutions dites «hybrides» ?

Le choix entre le digital et l'offset est fondé en grande partie sur un rapport économique tirage/qualité. Le point d'équilibre entre le numérique et l'offset se situe entre 350 et 500 tirages au format A3. En-dessous, l'impression digitale est meilleur marché; au-dessus, l'offset est économiquement plus rentable. Depuis peu, l'impression hybride a aussi trouvé son marché grâce à un mix entre le numérique et l'offset via Anicolor. Ce procédé d'encrage se démarque en effet de l'offset classique par le nombre de feuilles de passe qu'elle nécessite. Avec Anicolor, trente tirages au maximum suffisent pour arriver sur un produit commercialisable, contre une centaine en offset classique. Par contre, Anicolor n'est pas adapté à l'impression variable. Dès lors, le marché des imprimés hybrides se situe à l'évidence dans le rapprochement d'une qualité offset via Anicolor, et une impression variable offerte par le digital. Hybrid Print 2.0 constitue une excellente alternative pour le numérique haut de gamme.

Quels sont les grands avantages de Linoprint ?

Heidelberg Linoprint offre une excellente qualité, même sur les grammages les plus légers. De plus, contrairement à beaucoup d'autres machines, la 901

n'enregistre aucune perte de productivité sur les grammages lourds. Les presses digitales sont d'un usage plus aisé et leurs imprimés faciles à travailler (pas de temps de séchage). Mieux, l'usage d'un workflow automatisé autorise une production plus efficace. Heidelberg Linoprint dispose d'une série d'éléments pouvant être remplacés directement par l'opérateur, ce qui réduit au minimum les temps d'immobilisation des presses.

Où se situe Prinect dans ce débat ?

C'est la colonne vertébrale de l'offre numérique de Heidelberg et le fondement de son interface utilisateur. Prinect est capable de diriger automatiquement des jobs (ou des parties de jobs), vers le numérique ou l'offset... une fonctionnalité unique sur le marché. Autre avantage : la gestion des couleurs. Plantin et Tetterode disposent sous ce rapport d'une offre totale unique sur le marché.

*Linoprint, un an après.
Le succès !*

CANON ET HEIDELBERG LINOPRINT CHEZ TETTERODE

Suite au choix de Heidelberg de collaborer avec Ricoh dans le domaine de l'impression digitale, Tetterode a décidé en mai 2012 de joindre Linoprint à son portefeuille de solutions, à côté de l'offre Canon. La pratique montre que Linoprint intéresse davantage les clients Prinect sur le marché hollandais. Les clients à la recherche d'une solution «stand-alone» semblent préférer Canon.

Propos sur le livre

«Le metteur en page est une sorte d'architecte. Comme lui, il doit avoir le sens de l'espace. Comme lui, il a un client : le lecteur. Il est en liberté surveillée. Comme dans les arts monumentaux, de tout temps le livre a produit des choses caduques et d'autres qui restent merveilleuses.»

À 82 ans, Herman Lampaert est l'une des consciences de la typographie et de l'art du livre en Belgique. Ce créateur a fait de tout : des logotypes, du graphisme, de la signalisation, de l'illustration, de la scénographie, un alphabet, des motifs pour tissus d'ameublement... et produit quelques livres d'exception. Fasciné par tout ce qui touche à la matérialité du livre, la mise en page et l'architecture, Lampaert est aussi un pédagogue et un conférencier. Son regard sur les métiers de la communication visuelle est à la fois érudit et singulier.

Comment êtes-vous venu à la mise en page ?

Mes parents – à Gand – disposaient d'une bibliothèque riche, sur toutes sortes de sujets, dans plusieurs langues. J'ai découvert ainsi qu'il y avait un rapport entre les langues et les typographies qui les soutiennent. J'étais notamment impressionné par les manuscrits du haut Moyen Âge à l'écriture et à l'ornementation superbement «barbare». Ce rapport me fascine encore. J'ai commencé par étudier la peinture dans ma ville natale, fréquenté ensuite l'atelier de Joris Minne, à La Cambre, qui était un homme qui vous rendait curieux de tout. L'enseignement de Lucien De Roeck, par contre, m'a peu impressionné. J'ai encore travaillé sur une presse à bras, en Suisse, chez Rudi Hostettler, une expérience inoubliable. Mais mes influences fondamentales restent l'art, l'architecture surtout. C'est par là que je suis arrivé à la mise en page.

La mise en page a-t-elle encore un destin à l'heure des ordinateurs ?

Si l'on examine l'histoire de la typographie, on remarque que c'est la lisibilité qui nourrit les grandes familles de caractères. La lisibilité reste «le» sujet d'actualité, à travers les révolutions que le métier a connues et connaîtra encore. Si notre profession existe toujours, c'est qu'il y a encore des lecteurs. Le métier de la communication graphique a ceci de paradoxal, qu'il a à la fois la vocation d'être compris du plus grand nombre et qu'il reste très individualiste. Notre objectif, c'est la compréhension.

Est-ce que l'art de la lettre a encore un sens à l'époque de la communication de masse ?

Plus que jamais. Il fut un temps où l'imprimeur était le seul dépositaire de la science typographique; c'est lui qui décidait du caractère à utiliser. Les grandes polices universelles n'étaient pas d'usage généralisé. Le métier n'est donc pas d'hier (tout récemment Alexandre Vanautgaerden vient de publier son *Érasme typographe* – 600 pages!), mais depuis que le graphiste a acquis l'indépendance et depuis l'arrivée de la photocomposition les alphabets à décalque ont subitement proliféré en oubliant que l'empreinte graphique était précédemment obtenue par pression. Tout a dû être redessiné pour retrouver la même compacité. Cette mutation a nécessité une longue reprise en main.

Il reste le plaisir du livre ?

La gourmandise de «voir», engendre une dimension ludique dans un livre. Une reliure qui permette de poser le livre ouvert à plat, en unifiant les pages de gauche et de droite, accentue la fluidité du livre, qui ainsi, nous rapproche du livre «rouleau». L'expérimentation n'a de sens que si le client y adhère. Le lecteur fait passer le graphiste ou le fait tomber. La conception d'un livre est un travail de modestie. Umberto Eco nous rappelle qu'on ne jette pas les beaux imprimés.

Q'y a-t-il de particulier à notre époque ?

Contrairement aux anciens, notre époque n'hésite pas à «redresser» les italiques, à «pencher» les romains; à enrichir un même alphabet d'un nombre de variantes

qui peut dépasser la quarantaine. Neuf aussi : l'utilisation surabondante de la couleur, souvent inappropriée. Puis, les possibilités de varier «finement» les effets à l'intérieur même d'une colonne de texte (la micro-typographie). Encore : le déroulement cinématographique de nos mise en pages. Et en plus : l'indépendance du maquettiste, qui enchaîne les différents métiers d'autrefois, jusqu'à parfois devenir éditeur.

Que pensez-vous du signe typographique que nous avons choisi pour cette publication : l'esperluette ?

Comme toutes les ligatures, l'esperluette prouve que nos écritures artificielles jalousent les écritures vives. Qu'elle revienne à la mode est donc un appel à la source. Dès qu'elle est perçue comme une inconnue -alors qu'elle est ornementelle peut faire obstacle. Et on n'en revient aux habitudes du lecteur. Gardons-nous du «bruit» optique pour rester audible.

Où en est l'art de la lettre en Europe ?

La Hollande excelle en talents typographiques de haut niveau, où le graphiste est le corollaire de l'écrivain avant d'être le frère du lecteur. Les nationalismes typographiques perdurent encore... je pense à l'école Suisse d'abord. Mais comme nous voyageons beaucoup, la typographie nous accompagne partout. Puis, la recherche sur le fonctionnement du cerveau et de l'oeil sont aussi au bénéfice de notre profession, qui a visiblement la volonté d'exister.



L'auteur et son Epitome Typographica, 2009-2012, édition trilingue :
Maison d'Érasme & Brepols. ISBN 978-2-930414-29-4



«Les caractères n'ont pas de valeur en soi. Mais ils sont comme les fleuves, ils ont une âme. Certains sont littéraires et silencieux, d'autres sont propagandistes, slogansques et s'imposent en hurlant. Même s'ils sont beaux, ils peuvent être mal utilisés. Dès qu'on ouvre un livre, on va vers l'espace. Il faut faire voyager le lecteur. Un texte bien composé constitue un «fleuve vivant». À la rencontre du lecteur, l'écrivain et le metteur en page se donnent la main.»

The Wall!

Les visiteurs du tout nouveau showroom Plantin à Evere (Belgique) n'ont pu manquer le grand mur d'images que les artisans de cette prestigieuse rénovation ont fait installer fin 2012, histoire d'illustrer les étonnantes ressources de cette technique spectaculaire.

Le procédé s'appelle Gigapan. Il s'agit donc de photos panoramiques reconstituées au départ de clichés à haute résolution, ce qui explique que le résultat puisse bénéficier d'une netteté aussi confondante. De tels panoramiques peuvent être reproduits sur dix mètres à 300 dpi, sans perte de qualité. Les prises de vues sont réalisées en séquence dans les meilleures conditions de luminosité. Les clichés sont corrigés en atelier sous Lightroom 4.0 de Adobe. Il en résulte des fichiers JPEG qui sont retravaillés à leur tour via Auto Giga Pano et

Photoshop 5.0. Les valeurs de luminosité sont redressées et les photos au format TIFF subissent une compression sous algorithme LZW. L'image a été réalisée par Visual Photo Design de Weurt (NL).

Le document panoramique réalisé chez Plantin a été tiré avec des encres à solvant sur une imprimante destinée aux super-grands formats. Le logiciel utilisé est le Graphic Maker version 6.1 de 3M. Le primer et le feuil appliqués sont aussi fabriqués par 3M. Le revêtement des surfaces vitrées a été réalisé à l'aide d'un feuil perforé Plantin 70/30, laminé par Plantin Clear Film. L'aspect le plus étonnant de cette réalisation est l'extrême finesse avec laquelle une image de cette taille est restituée, même sur un support aussi irrégulier que de la maçonnerie.





& Magazine 13.1

Achevé d'imprimé en février 2013

Informations sur les produits
et les développements
dans l'industrie graphique

Une publication de Plantin sprl
et Tetterode bv
A Staples Company

Avenue du Four à Briques 5
1140 Bruxelles
Téléphone +32 (0)2 727 31 11
Téléfax +32 (0)2 727 38 11
E-mail info@plantin.be
www.plantin.be

Coordination Efrem Neveux

Rédactionnel Golem sa, Michel Oleffe
BB Communicatie, Cecile Janssen et
Wim Broekman

Typographie Hollandse Mediaeval,
Heidelberg Antiqua, Heidelberg Gothic

Photos Nicolas van Haaren

Photos pag. 20-22 Visual Photo Design

Concept graphique Ad hoc Design sprl,
Guy-A. Schockaert et Julie Lay
Design graphique www.voltage.nl

Traduction Misty Meadows sa

Reproduction autorisée
après accord écrit de l'éditeur.
E-mail redaction@plantin.be

Éditeur responsable:
Hans Huyghe
Avenue du Four à Briques 5
1140 Bruxelles Belgique

Nederlandstalige uitgave op aanvraag.

**Consultez régulièrement notre
website www.plantin.be
afin d'y découvrir les plus récentes
nouvelles.**



MIXTE
Papier issu de
sources responsables
FSC® C014767



&vénement &2013 Nouvelles dimensions

«Nouvelles dimensions», le slogan utilisé pour vous inviter avec plaisir à un &vénement exceptionnel. L'esperluette est synonyme de rencontre et inspiration. Pour liaison et regard vers l'avenir. Connexion entre analogique et numérique. Entre production graphique efficace et enrichissement des imprimés avec des dimensions inconnues. Envisager d'autres possibilités et techniques, telles que impression tridimensionnelle et Sign & Display. Aujourd'hui et dans le futur.

& Quand ?

Jeudi 7 mars : de 13 à 22 heures

Vendredi 8 mars : de 10 à 22 heures

Samedi 9 mars : de 9 à 13 heures

& Où ?

Cet &vénement se déroulera dans notre salle d'exposition entièrement rénovée et bureaux à Evere (Bruxelles).

& De plus amples informations ?

www.plantin.be. Bienvenue !



Plantin

A Staples Company



Tetterode

A Staples Company