

Esperluette
Le magazine de relations
de Plantin & Tetterode

13.2



 SCANNEZ CETTE
COUVERTURE
AVEC LAYAR

layar

INTERACTIVE PRINT

Download the free
Layar App

Scan this page

Discover
interactive content

Ce numéro d'Esperluette est enrichi, ici et là, d'applications Layar. Layar est un logiciel qui permet de rendre un imprimé interactif. Le lecteur peut ainsi susciter à partir de son smartphone ou de sa tablette un contenu digital complémentaire. De quoi renforcer de manière effective la force d'impact d'un imprimé.

COMMENT CELA FONCTIONNE-T-IL?

- Téléchargez gratuitement l'application Layar sur App Store/Google Play
- Ouvrez l'application Layar
- Tenez le smartphone ou la tablette au-dessus des pages enrichies d'un contenu Layar (signalées par le logo correspondant)
- Activez le scanner
- Découvrez le contenu digital

Layar rend vos imprimés interactifs.**04****16****20****28****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/esperluette.

SOMMAIRE

- 3 Avant-propos
- 4 L'innovation comme préalable
Antilope Cartonage (Lierre, BE)
- 6 L'impression interactive est en marche
- 8 Une nouvelle ligne de produits HEI-Care
- 9 La perfection, sinon rien
B&C Design (Vilvorde, BE)
- 10 De l'impression conventionnelle au LE-UV: le soulagement
VAN AS (Oud-Beijerland, NL)
- 12 Anicolor-Watkiss: le ticket gagnant
Drukkerij Leieland (Deurle, BE)
- 14 La révolution du crossmédia
Perka (Maldegem, BE)
- 16 La force par l'innovation
JP Offset (Duiven, NL)
- 18 &vénement 2013: nouvelles dimensions
- 20 Entreprise mobile
Glasstyl'in (Machelen, BE)
- 22 Entreprendre à l'ancienne
Drukkerij Kortekaas (Beverwijk, NL)
- 24 Monter deux presses en trois semaines
AZ Print (Grâce-Hollogne, BE)
- 26 Transport de plaques: automatisation maximum
- 27 Se lancer dans l'impression 3D
- 28 Une stratégie à deux voies
Van Elst (Apeldoorn, NL)
- 30 Conti-Air et Westland: duo gagnant
Remy-Roto (Beauraing, BE)
- 32 Créer des lettres: l'art, c'est le regard
Interview avec Jos Buivenga



CLIQUEZ AVEC LAYAR ET
DÉCOUVREZ LE MESSAGE
DE HANS HUYGHE



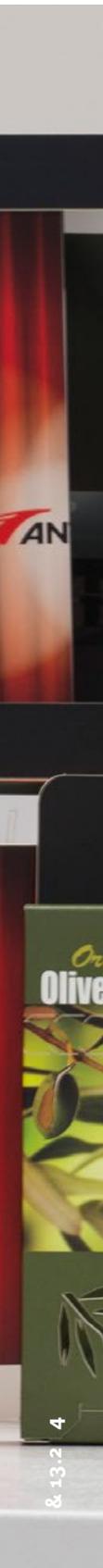
AVANT-PROPOS Esperluette

L'économie européenne montre enfin quelques signes de reprise – timides sans doute – mais suffisamment significatifs pour restaurer un début de confiance. Pour notre secteur, cette évolution est importante car elle signe un retour à l'optimisme et aux perspectives d'investissement. La crise aura été longue et douloureuse. Pendant son déroulement, le marché de arts graphiques a connu de profonds bouleversements. Internet a bousculé beaucoup de choses. Mais les imprimeries de l'emballage résistent. Et développent même leur business online grâce à la vente de (sur)packaging complémentaires. Cela dit, internet a certainement perturbé l'impression traditionnelle - ou fait cause commune avec elle tant ces univers peuvent se révéler complémentaires. Les tirages courts sont devenus la règle. Les temps de production sont encore rétrécis. Dans ce contexte, Plantin et Tetterode ont maintenu leur détermination à soutenir la profession. Les avancées obtenues en automatisation, en économies d'échelle et en spécialisation se sont fait sentir à tous les niveaux de la chaîne de production. Notre fournisseur de référence - Heidelberg - reste, de l'avis de tous, le leader indiscuté du marché. Des produits comme Anicolor, Prinect et Linoprint lui ont permis de résoudre élégamment – même dans des environnements web-to-print – l'épineuse équation tirage/coûts. Sur le plan de la spécialisation et de la valeur ajoutée, Plantin et Tetterode ont posé de nouveaux jalons. Nos sociétés ont proposé des approches novatrices en matière d'ennoblissement, d'impression 3D, de médias électroniques et en Sign&Display. Chaque fois, nous avons joué notre rôle de défricheur, de facilitateur; nous avons frayé des voies nouvelles. Chaque fois, nous l'avons fait avec conscience et responsabilité, en cherchant la viabilité et le rendement. Chaque fois aussi, nous l'avons réalisé en partenariat étroit avec nos clients, en mesurant les risques et en nuancant les attentes, mais toujours avec le désir d'aller plus avant et de faire bouger les choses. Dans ce numéro, les exemples de nos engagements abondent: en tirages courts, en finition, en ennoblissement, en façonnage, en utilisation des technologies de la communication. Certains des clients que nous évoquons ont pris la décision d'investir, en dépit des soubresauts de la conjoncture. Nous serons à leurs côtés. Comme nous le serons auprès de ceux qui, anticipant la reprise, liront peut-être dans ces pages le profil de leur avenir.

Hans Huyghe
Managing Director Plantin
Algemeen Directeur Tetterode

ANTILOPE CARTONNAGE
L'innovation comme préalable

Antilope Cartonage – une division du groupe d'imprimerie éponyme, actif à Lierre depuis 50 ans – vient de présenter en grande pompe sa dernière acquisition: une Highcon Euclid. On se rappelle que cette machine entièrement numérique à découper le carton avait fait sensation à la récente drupa. Antilope signe là une première mondiale. Une de plus.



**L'utilisation créative de la Highcon Euclid
a valu à Antilope de figurer parmi les
nominés du ECMA Carton Award 2013.
L'innovation peut aussi mener à la gloire!**

Marc Binnemans, le charismatique CEO d'Antilope Group: « Notre maison a toujours privilégié l'innovation. Notre entrée dans le numérique remonte à 1993. Vingt ans d'expérience et la conviction que le mouvement est irréversible! Depuis, nous n'avons cessé de renforcer notre image de précurseur: notre modèle commercial, la motivation de notre personnel, notre politique de recrutement même, bénéficient de cette volonté de défricher sans cesse de nouveaux territoires. Bien sûr, cela ne nous a pas toujours réussi, mais nous avons chaque fois appris de nos mésaventures. Cette expérience accumulée nous permet aujourd'hui de rester à la pointe des nouvelles technologies. Cette mentalité d'*early adopter* ne relève pas que du désir d'être le premier, elle vise à créer des ouvertures, à bâtir de l'expertise, à tester d'autres évolutions stratégiques, à se différencier et, *last but not least*, à s'assurer un avantage commercial, sinon un monopole, temporaire. Toute la profession sait combien l'imprimerie traditionnelle est sous pression. Les gros volumes sont au point mort et de nouveaux marchés apparaissent tous les jours. Dès lors, la question que nous nous posons régulièrement est la suivante: Où Antilope veut-elle se trouver dans les années à venir? C'est ce genre d'exercice qui nous a amenés à investir dans le cartonnage souple et à monter, il y a cinq ans, une société séparée pour nous y développer. Le business du carton à plier représente déjà 24% de notre chiffre d'affaires. Nous nous diversifions aussi dans les médias électroniques, un marché prometteur mais où il est encore difficile de faire de l'argent. »

Linda Corremans, PDG d'Antilope Cartonage: « Nos études ont montré que le secteur du carton à plier avait un potentiel de croissance supérieur à celui de l'impression traditionnelle. Mais c'est

une tout autre discipline. Tout y est différent: la clientèle, le modèle fonctionnel, le workflow, la finition, la logistique. C'est un métier que nous avons dû apprendre. Aujourd'hui, avec la Highcon Euclid, nous franchissons un nouveau pas et nous nous différencions définitivement de la concurrence. »

Marc Binnemans: « Nous étions équipés pour les tirages moyens et longs. Avec la Highcon nous pouvons aborder de manière économique le marché des micro-tirages: de une à 10.000 feuilles. C'est la tendance actuelle: si nous ne réussissons pas à nous adapter à l'évolution de la demande – en flexibilité, en prix et en délais – nous serons bientôt hors course. »
Linda Corremans: « La valeur ajoutée d'Antilope Cartonage est significative à tous les niveaux. Nous pouvons aider nos clients dès le stade de la création, collaborer à la mise au point des fichiers, développer des modèles, réaliser des petites séries pour tester les emballages en situation réelle... »

Linda Corremans: « Il y a deux aspects à l'utilisation de la Highcon. Convaincre la clientèle que la production de petites séries destinées aux marchés les plus étroits, est non seulement possible, mais d'un coût raisonnable. Ensuite, il nous faut sensibiliser la communauté des créatifs à une machine qui propose des possibilités de développement jamais offertes précédemment. La découpe digitale permet non seulement des adaptations/changements instantanés, elle autorise aussi des patrons de découpe absolument irréalisables via les méthodes classiques. Bref, ce qu'Antilope présente aujourd'hui avec sa Highcon est introuvable ailleurs sur le marché! »



PAS À PAS

Highcon est une machine digitale pour le traçage, la perforation et la découpe du carton imprimé. Ses caractéristiques techniques ont déjà fait l'objet de descriptions détaillées dans les pages de ce magazine. Son utilisation, chez Antilope, en est au stade des essais. Marc Binnemans: « Cette machine répond, par sa capacité d'adaptation, aux exigences de personnalisation les plus élevées. Ses temps de mise en route sont de l'ordre du quart d'heure et elle n'exige pas la fabrication de formes coûteuses à produire et à entreposer. Le client ne doit plus stocker ses emballages, la machine pouvant les produire en continu, sur simple demande. Par contre, il est très important pour nous de ne pas faire de promesses que nous ne pourrions tenir. Nous avançons à pas comptés dans la connaissance de la Highcon, en vérifiant chaque fois si nos exigences sont rencontrées. La variété de substrats que cette machine peut traiter, par exemple, est encore en pleine évaluation. Comment s'intègre-t-elle dans notre workflow? Quel est son profil de rentabilité? Autant de questions qui font partie du quotidien d'un *early adopter*, mais que nous sommes déterminés à résoudre. Au-delà, tout est possible. Même, un jour, le web-to-pack. Nous y travaillons. »



SCANNEZ CETTE PAGE
AVEC L'AYAR ET DECOUVREZ
D' AUTRES EXEMPLES



LAYAR
L'impression interactive est en marche



« **Layar promet l'adjonction d'informations digitales dans le monde physique** », nous confie **Marjolein Stromeier, Sales and Business Development Manager. Leader mondial en réalité augmentée mobile et en impression interactive, Layar jette un pont entre les univers de l'imprimerie et de l'information numérique. « Ces techniques rendent l'impression traditionnelle plus attrayante. Ce ne sont pas les (nombreux) exemples qui manquent. »**

Les imprimés enrichis par Layar offrent un contenu digital complémentaire que les lecteurs peuvent découvrir à l'aide d'un smartphone ou d'une tablette. L'application Layar peut être téléchargée gratuitement tant sous iOS que sous Android. Stromeier: « C'est de loin l'app' la plus téléchargée au monde: quelque 33 millions de fois. »

L'ÉTAPE SUIVANTE

Layar est une société hollandaise établie à Amsterdam depuis 2009. Ses fondateurs ont développé un navigateur mobile grâce auquel les utilisateurs peuvent avoir accès à toutes sortes d'informations via les technologies de réalité augmentée. En d'autres termes: il est possible avec Layar de prolonger la réalité grâce à des informations complémentaires, et cela de manière très simple. Plusieurs municipalités ont ainsi enrichi de données digitales leurs réseaux de promenades. Par exemple, il vous est possible de fixer en chemin une sculpture avec la caméra de votre téléphone mobile et de découvrir une courte vidéo sur l'œuvre et son créateur. Vous pouvez aussi utiliser Layar pour localiser dans le voisinage des distributeurs de billets, des restaurants ou des lieux d'intérêt. Cela pour ne citer que quelques possibilités tant l'univers de Layar s'est développé.

Stromeier: « Nous avons accumulé, ces quatre dernières années, des connaissances et une expérience énormes en réalité augmentée mobile. Ce qui est stratégique pour notre prochain objectif: l'impression interactive. »

LAYAR CREATOR

Il y a un an, Layar lançait Layar Creator: une application web en libre-service destinée à animer et à rajouter du contenu digital à des pages imprimées. Stromeier: « Avec cet outil, nous avons considérablement simplifié les techniques de réalité augmentée et ouvert ce monde aux entreprises, aux développeurs et aux créatifs. Avec Layar Creator, il est possible d'amener à la vie – rapidement et facilement – des pages statiques et de les compléter de vidéos, de sons, de liens et de fonctions d'achat. Il suffit au lecteur d'utiliser un smartphone. »

Et Marjolein Stromeier de poursuivre: « Grâce à Layar Creator, l'impression interactive est aujourd'hui en marche au niveau mondial. Techniquement, il est très simple de rendre un imprimé interactif. De plus, les coûts sont modestes: la publication d'une page interactive via la plate-forme Layar coûte 15 euros. Naturellement, le contenu créatif requiert pour sa part pas mal de temps et d'argent; un imprimé avec Layar se doit d'être original. »

DES EXEMPLES

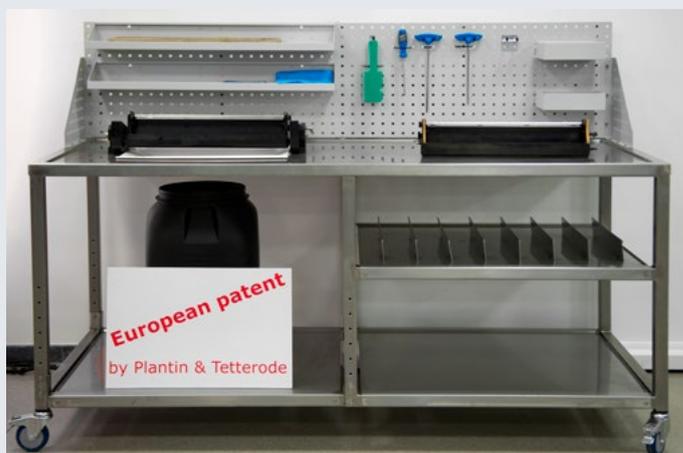
L'enthousiasme de Marjolein Stromeier est communicatif. Elle nous fait découvrir des contenus où la force de l'impression interactive éclate. Comme un caméléon qu'on voit changer de



couleur. Ou une grenouille qui se met à coasser quand Layar l'anime. Ou encore des exemples de commande online et le partage d'informations avec des tiers.

« Nous menons actuellement des entretiens avec des grosses maisons d'édition. Celles-ci prennent très au sérieux la possible dimension interactive de leurs publications imprimées. Elles réalisent fort bien ce que notre technologie peut leur apporter sur le plan de la relation avec les lecteurs: un renforcement évident et concret de l'imprimé. Linda, un magazine lifestyle, joue, à notre grande satisfaction, un rôle de précurseur. Comme les revues du Touring Club hollandais, des Monuments et Sites ou encore Flair – pour prendre quelques noms connus – qui ont pris le risque de se lancer dans l'impression interactive. Pour les éditeurs et les annonceurs, prenons l'exemple de Nissan (avec la collaboration de PostMedia), une initiative largement couronnée au Canada. Cette campagne – basée à 100% sur une application Layar – a livré des résultats exceptionnels. D'autres applications? Reportez-vous à notre blog qui fourmille d'exemples internationaux. L'impression interactive est la plus grande invention depuis le lancement de l'imprimante couleurs. »

UNE NOUVELLE LIGNE DE PRODUITS HEI-CARE



Plantin et Tetterode ont récemment lancé une nouvelle ligne de produits sous le nom de HEI-Care. Ceux-ci contribuent à l'accroissement de la productivité sur les presses à imprimer mais aussi – et c'est plus important encore – à un environnement de travail plus sûr et plus responsable pour les conducteurs. Cette ligne de produits comprend entre autres la HEI-Care Anicolor 52 Cleaning Unit (une table de travail roulante brevetée) et la HEI-Care Wash Unit.

Les produits HEI-Care ont été développés spécifiquement pour les presses Heidelberg et construits en acier inoxydable de première qualité. Sur demande, ces matériels peuvent être adaptés aux machines d'autres marques.

HEI-Care Wash Unit

La plupart des groupes de laquage sur presses Heidelberg travaillent avec une chambre à racle. Les couteaux utilisés sur ces matériels sont particulièrement affilés et peuvent occasionner des blessures sérieuses aux conducteurs. La HEI-Care Wash Unit a donc été conçue pour le nettoyage sécurisé des chambres à racle. L'opérateur n'étant plus obligé d'amener le couteau au bac de rinçage, les risques sont d'autant minimisés.

Les coulages de laque sont tout aussi limités. De plus, les temps de nettoyage se trouvant réduits de 50%, les machines sont en production plus longtemps. Le dispositif de rinçage se fixe au mur ou au garde-corps de la machine, à proximité du groupe de laquage. L'opérateur peut déposer en toute sécurité la chambre à racle dans l'unité de lavage et la garantir pour l'empêcher de glisser. La racle est dès lors facile à basculer et à nettoyer grâce à une tête de douche intégrée. Les brosses nécessaires sont livrées avec le dispositif, de même que les gants de sécurité nécessaires à la pose et à la dépose de la racle sur son support.

La HEI-Care Wash Unit est disponible pour les machines suivantes : Heidelberg Speedmaster CD 74, XL 75, XL 105, XL 106, XL 145 et XL 162.

HEI-Care Anicolor 52 Cleaning Unit

Cette table mobile a été spécialement développée pour la Heidelberg Speedmaster 52 Anicolor. Le temps de nettoyage des bacs à encre a été, grâce à elle, divisé par deux. Le bac est placé dans un support spécial et vidé en une seule manipulation. De plus, tous les outils et matériaux nécessaires à la remise en production des bacs à encre se trouvent à portée de main.

UNE LIGNE COMPLÈTE

En dehors des unités décrites ci-dessus, la ligne HEI-Care comporte encore les produits suivants :

- **HEI-Care Work** : feuilles de travail pour la disposition de fournitures sur la presse, sans risque de coulée de liquides dans les armoires.
- **HEI-Care Hand Cleaning Unit** : unité de lavage pour les mains spécialement conçue pour les imprimeries. Peut être combinée avec la HEI-Care Wash Unit.
- **HEI-Care Bin** : bac pour tissus de nettoyage. Peut s'accrocher au garde-corps de la machine.
- **Hei-Care Cover** : plaque de fermeture pour une protection maximum du câblage.



L'impression latex HP a l'avantage de sortir des tirages secs, immédiatement prêts pour le laminage, ce qui leur confère une qualité et une luminosité exceptionnelles. Applicable à tous les formats, même les plus grands comme les bannières et les bâches, elle se révèle aussi idéale pour le car-wrapping. Cette technologie innovante à haute résolution offre des temps de réalisation jusqu'à 40% plus rapides que les imprimantes à éco-solvants. L'impression latex, sans odeur et parfaitement écologique, est applicable à plus de 500 types de supports. Les imprimantes latex HP et les médias 3M correspondants sont commercialisés par Plantin Tetterode Display. Une exclusivité qui génère de nouvelles formes de business pour les jeunes entreprises qui en veulent.

John De Weert est un perfectionniste. Sa société de lettrage, de teintage de vitrages et d'habillage de véhicules fait dans le haut de gamme. Même le siège social, à Vilvoorde, affecte des airs de boutique de décoration. Qui plus est, ce patron toujours en mouvement, est un autodidacte.

« J'ai démarré bien avant de créer ma boîte, en travaillant pour des copains. J'ai appris le teintage de vitres et le car-wrapping sur le tas. Mes amis ont d'ailleurs été mes premiers clients. Ce n'est qu'en 2007, quand j'ai décroché un gros contrat pour Philips, que je me suis lancé. J'ai aujourd'hui 8.000 références professionnelles en Belgique, 40% d'entreprises et 60% de particuliers. » B&C Design a connu une très forte croissance en 2012; elle occupe actuellement dix collaborateurs. « Nous pouvons désormais nous mesurer aux plus gros projets. Nos délais sont corrects et nos prix dans la moyenne du marché. Ce qui vaut à B&C un tel engouement, c'est l'esprit d'excellence qui anime notre entreprise. Les clients viennent, attirés par le showroom ou par notre website. Quand ils repartent, ils sont convaincus qu'ils ont affaire à des pros et la rumeur se répand. Je n'hésite jamais à donner un conseil, à préciser ce qui est possible ou pas. Souvent, le client vient avec son idée et nos designers lui donnent forme. »

PASSION

John De Weert est un maniaque de la personnalisation des véhicules. Il adore démonter et rien ne lui fait peur: carrosseries, tableaux de bord, boîtes de vitesses, caisses de roues, tout peut être habillé des décors les plus créatifs. Même une porte de frigo est personnalisable par B&C Design. « J'ai le sens des volumes, le feeling des carrosseries. De plus, je travaille avec les meilleures marques du marché, et le plus souvent avec les films et adhésifs 3M. »

SOUPLE ET RAPIDE

« Je préfère travailler dans nos ateliers quand c'est possible. J'ai sous la main tout le matériel nécessaire: tables traçantes, imprimantes, lamineuses, découpeuses, etc. Notre garage offre six emplacements pour véhicules, ce qui nous permet de travailler dans des conditions optimales d'espace, d'éclairage, de température et d'humidité. Quand le cas le permet, le client peut attendre pendant que nous habillons son véhicule. Notre dernière imprimante latex HP Designjet L 26500 offre des conditions de souplesse et de rapidité inaccessibles jusqu'à présent. Une impression qui exigeait auparavant 48 heures de temps de séchage est disponible immédiatement. Gain de temps, gain d'argent et garantie écologique maximum. Nous en sommes absolument ravis. »

« Ce qui vaut à B&C un tel engouement, c'est l'esprit d'excellence qui anime notre entreprise. »

B&C DESIGN
La perfection, sinon rien

A Oud-Beijerland, aux portes de Rotterdam, fonctionne depuis juin 2012, chez VAN AS, une Heidelberg Speedmaster CX 102-5 LE-UV, la seule du Benelux. Et l'unique machine de ce type à être installée dans le monde. « Nous aimons prendre de l'avance », nous confie le directeur technique, Leendert van As.

Leendert van As (à gauche) et Wouter van As.

VAN AS
De l'impression conventionnelle au LE-UV : le soulagement



La machine a été spécialement configurée pour l'impression à l'aide d'encre UV hautement réactives. Elle est équipée de lampes UV non calorifiques pour le séchage des imprimés. Le papier sort donc prêt à l'emploi, ce qui dispense l'imprimeur de vernir ou de laquer les produits, ce qui est important pour pas mal de concepteurs. Le papier n'a guère plus besoin d'être poudré. Les encres UV à haute réactivité comportent un surcroît de photo-initiateurs, ce qui réduit d'autant les besoins en énergie (et en chaleur) nécessaires au séchage forcé.

DES AVANTAGES ÉCOLOGIQUES

Van As : « Travailler avec cette machine est un soulagement. Qu'il s'agisse de papier couché, non couché ou de feuil, les imprimés peuvent être retravaillés directement. Le gain de vitesse est important. Comme l'usage d'une poudreuse n'est plus nécessaire, nos produits sont aussi plus beaux. Nous sommes également dispensés de lavage : les encres ne sèchent pas. L'avantage écologique est important. LE signifie Low Energy et la presse en utilise visiblement fort peu. La production se déroule de plus sans émission d'ozone et les encres ne nécessitent pas de diluant. »

En tant que directeur technique, Leendert van As s'est trouvé fort concerné par l'acquisition de la machine. Mieux : il a joué un rôle dans sa conception. « Tetterode ne pouvait livrer ce que nous voulions. Nous nous trouvions en pourparlers avancés avec un autre constructeur, mais Tetterode n'aurait pas été Tetterode si elle n'avait pas avancé une solution. Elle a pris le problème à cœur et insisté auprès de Heidelberg pour que les choses soient mises au point. Heureusement d'ailleurs, car nous sommes ravis de cette machine. Notre productivité a crû de manière spectaculaire. »

UNE ENTREPRISE FAMILIALE

VAN AS est une affaire de famille, fondée par le grand-père des patrons actuels. Leendert et son cousin Wouter, le directeur commercial, sont à la barre.

La sœur de Wouter, Rinske, travaille aussi dans l'entreprise comme directrice des ventes. « L'amour du métier et de l'entreprise est dans nos gènes. C'est une belle et puissante firme, mais qui demande qu'on y investisse de l'énergie. Heureusement, la base est saine ; notre calendrier trimestriel est toujours un bestseller mondial. Ce produit a été développé il y a trente ans par mon père et mon oncle et il continue à nous distinguer. Ils étaient à la recherche de produits de niche à proposer en plus de nos services d'imprimerie traditionnels. Nous offrons une large gamme de produits en offset ou en digital. La finition est faite chez nous ; nous disposons notamment d'une découpeuse à plat Kama 105. »

Une visite à l'imprimerie nous convainc de l'innovation et de l'efficacité qui président à la fabrication des calendriers. Bien des solutions techniques ont été conçues et concrétisées dans la maison. « Le roi Willem-Alexander a provoqué un petit contretemps cette année. Nous avions déjà imprimé le calendrier 2014 quand l'avènement du nouveau roi a été annoncé. La Journée de la Reine devenait le Jour du Roi et cela nous a forcés à réimprimer. Par chance, il ne s'agissait pas de milliers d'exemplaires. »

STATIC PAPER

Leendert van As poursuit : « Un autre pilier de la maison, un autre produit de niche est ce que nous appelons le Static Paper. Une invention américaine dont nous détenons la licence pour le Benelux. Nous ne faisons pas que l'imprimer, nous le vendons à des tiers. Il s'agit d'un matériau à couche statique de polypropylène qui adhère naturellement à n'importe quel support. Nous en faisons surtout du matériel publicitaire destiné au commerce de détail : adhésifs pour fenêtres, pour écrans, pour sols. Le matériau peut adhérer six mois et ne laisse ni trace de colle ni dommages d'aucune sorte. Cette spécialité a d'ailleurs été un élément déterminant lors de l'achat de la machine. La production d'imprimés sur

Static Paper est aujourd'hui incroyablement plus facile et la qualité nettement meilleure. »

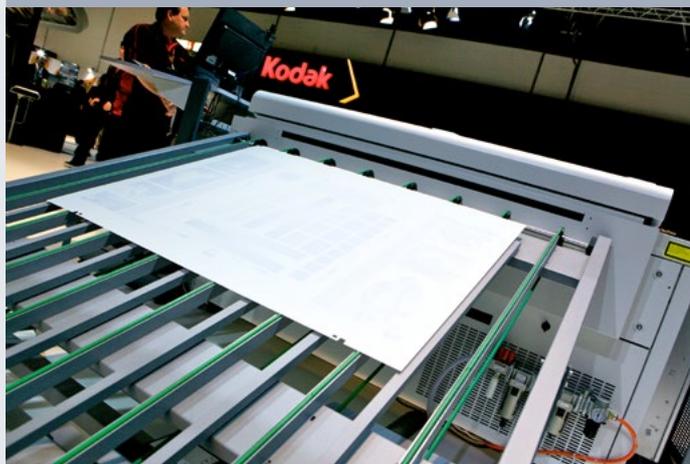


Une série de modèles sont accrochés aux fenêtres de la salle de réunion. Certains sont datés. Van As sourit : « Nous testons en permanence de nouvelles encres, de nouvelles applications et des impressions. Recto. Recto-verso. Avec ou sans couche de blanc couvrant. Avec un matériau transparent ou du blanc simple. Nous voulons voir de nos propres yeux comment nos produits se comportent dans la pratique. »

SIGN

Il existe un troisième secteur dans lequel le VAN AS Group (55 personnes au total) est aujourd'hui actif. L'imprimerie et le grossiste en Static Paper se sont en effet adjoint une entreprise de signalisation – S-color – à Amsterdam. « Cette société est spécialisée dans le matériel point de vente, entre autres dans les bâches de façade grand format. Un complément de choix à notre offre existante. Et une philosophie d'entreprise qui se conjugue parfaitement à la nôtre : toujours surprendre et nous renouveler. »

LA GÉNÉRATION SONORA



Depuis son introduction, il y a sept ans, la Kodak Thermal Direct tenait le haut du pavé en matière de plaques d'impression sans développement. Une nouvelle génération lui emboîte aujourd'hui le pas : la Sonora XP. Avec le lancement de celle-ci, Kodak installe d'emblée un nouveau standard sur le marché des plaques digitales.

Les plaques Kodak Sonora XP sont développées directement sur la presse, rendant tout développement préalable superflu. Ce qui débarrasse leurs utilisateurs de coûts comme l'achat et l'entretien d'un processeur, l'appoint d'eau et d'électricité, l'achat, le stockage et la mise au rebut de produits chimiques. Les plaques Sonora XP ne doivent plus être rincées, ni nettoyées ou gommées.

Grâce à la réduction du processus de préparation, les plaques Sonora XP s'adaptent idéalement aux environnements de tirages courts et rapides, augmentant d'autant la productivité et le rendement des installations.

Les plaques Kodak Sonora XP offrent tous les avantages de qualité, de résolution, de précision, de fiabilité et de reproductibilité que l'on reconnaît aux plaques thermiques Kodak.

De plus, les plaques Sonora XP sont écologiques et bon marché. Les rejets chimiques sont éliminés, ce qui dispense l'utilisateur d'un grand nombre de procédures de préparation, de traitement et d'élimination.



Leieland Drukkerij est installée à Deurle, dans cette belle région de Flandre qui jouxte Laethem-Saint-Martin. L'entreprise est petite mais volontaire.

On y compte cinq collaborateurs, les fils du fondateur, Peter et Jo Van Wassenhove, compris. De temps à autre, le papa, qui peine à décrocher, vient donner un coup de main. L'atmosphère est délicieusement familiale. Côté matériel, on renouvelle tous les 4 ans. En douceur. L'entreprise travaille surtout les petites quantités au format 52, raison pour laquelle elle a envisagé un moment le digital. Mais, comme le souligne Jo Van Wassenhove : « Nous trouvions alors cette technologie chère et peu fiable. Et puis, nous n'avions pas le personnel capable de gérer cela. » Les deux frères finissent par opter, en juillet 2012, pour une presse Anicolor 4-couleurs plus laque. « Cette machine offre une qualité offset pour un prix raisonnable. De plus, elle est idéalement profilée pour les tirages courts. » D'emblée, Anicolor séduit les Van Wassenhove par la modicité de la passe, la rapidité des changements de plaque et la vitesse de la montée en couleurs ; quelques feuilles suffisent pour obtenir un produit commer-



LEIELAND DRUKKERIJ

Anicolor-Watkiss: le ticket gagnant

cialisable. Cet équilibre rapidité/qualité va valoir à Leieland un ressaut de notoriété dans sa région. Quelques bureaux de création déboulent, attirés par la réputation de l'imprimerie.

«Pourtant, nous confie Peter, nous n'étions pas trop à l'aise au début. Nous n'avions pas l'habitude de travailler avec un rouleau tramé, ni avec des contraintes de température aussi précises, mais notre expérience de l'offset a fait le joint.»

Et Jo d'ajouter: «Le groupe de laque offre un avantage déterminant. Les produits sortent secs et peuvent immédiatement passer au façonnage. Nous

y gagnons en rapidité et le client y trouve un « plus » qualitatif qui ne lui coûte rien. Tout le monde en sort gagnant.»

Leieland s'est aussi offert une assembleuse Watkiss, également commercialisée par Plantin. «Nous produisons pas mal de petites brochures. La Watkiss nous évite de devoir faire réaliser ce type de finition à l'extérieur. Elle constitue une excellente alternative compte tenu des frais de transport. De plus, la technologie SquareBack impressionne les clients. Nous pouvons imprimer sur le dos des livrets agrafés, même sur les plus fins, sans supplément de prix.»



ASSEMBLER À LA VERTICALE

La Watkiss Vario est une assembleuse verticale bénéficiant d'une empreinte au sol minimale. Totalement modulaire, cette machine propose un nombre très large de configurations, allant du modèle de table au système à deux tours et 32 tiroirs d'alimentation. La Vario installée chez Leieland bénéficie de la technologie SquareBack qui a fait la réputation de Watkiss. Ce dispositif exclusif permet la réalisation de brochures à dos carré, ce qui confère aux produits une allure exclusive tout en libérant, même sur les livrets les plus minces, un espace d'impression sur le dos. Les brochures à dos carré peuvent aussi être empilées plus facilement.

PERKA

La révolution du crossmédia



L'imprimerie Perka a été fondée à Maldegem en 1964. Depuis le début des années 1990, cette firme généraliste s'est spécialisée dans le publi-postage. Avec le temps, l'expérience du mailing et le perfectionnement des matériels et des programmes de personnalisation, ce versant du business de Perka a pris un développement considérable.

A telle enseigne que, sous la poussée des nouvelles technologies de communication, les patrons actuels de la firme (Bavo & Diederik Willems) ont décidé de créer en 2011 une division séparée dénommée C-Fresh. C-Fresh est placée sous la direction de Davy Willemarck, un professionnel de l'impression numérique. Son équipe mobilise tout ce que les techniques actuelles peuvent apporter de plus à la communication imprimée. « Les médias traditionnels sont en recul. Un imprimé publicitaire ne suffit généralement plus à contenir un consommateur enclin à choisir son propre mode d'information. Aussi C-Fresh propose-t-elle une plate-forme « crossmédia » destinée à démultiplier

l'impact des messages commerciaux. La gestion pointue des bases de données, l'impression variable, la personnalisation extrême, le courrier électronique, les SMS, les pages d'accueil, les réseaux sociaux, les QR-codes, le web-to-print, etc. participent de ce développement. Nous sommes au cœur d'une révolution. De plus, C-Fresh peut fournir un suivi et des analyses d'impact en temps réel. »

PARTENARIAT

Si la vocation de C-Fresh est claire, son ambition implique la maîtrise des techniques énoncées plus haut et leur inscription dans l'offre générale de Perka. Diederik Willems : « Nous bénéficions d'une très longue expérience – 14 ans avec JBC, par exemple, et de nombreuses actions avec Bpost, pour ne citer que ces clients-là. Et d'une non moins longue collaboration avec Plantin. Ce partenariat est crucial lorsqu'il s'agit de juger si nos procédures et nos matériels sont suffisamment fiables pour nous permettre de faire face aux contraintes de précision et de délai que le métier du mailing nous impose. L'expérience de Plantin, la sensibilité que notre partenaire manifeste quant à la juste utilisation de l'impression digitale, les formations qu'elle offre... sont indispensables à notre développement. »

C-Fresh utilise depuis plus d'un an l'imprimante digitale Linoprint Pro C 901 de Heidelberg, une vraie machine de production, proposant une polyvalence, une évolutivité et une performance incomparables. Dans sa catégorie, elle revendique la vitesse d'impression la plus élevée du marché.

Davy Willemarck : « C'est un matériel de toute fiabilité dont le rythme ne ralentit pas si nous changeons de papier. De plus, la Linoprint est simple à entretenir et l'opérateur peut lui-même remplacer

certaines pièces. Grâce à notre organisation en équipes, cette machine tourne en continu. Aujourd'hui, notre expérience de l'impression numérique, notre connaissance des possibilités qu'elle offre nous situent en tête des imprimeries spécialisées dans le publipostage hyper-personnalisés. »

CONTENUS DIFFÉRENTS

L'impression variable est fondée sur une gestion rigoureuse des bases de données. Jouer avec des listes d'origines diverses entraîne des problèmes d'appariement. Perka expérimente sans cesse de nouveaux systèmes de fusion afin de pouvoir échanger images et documents variables. Certaines applications concernent près d'une vingtaine de versions, fondées sur des databases séparées, et plus de 2300 illustrations de produits destinées à tester les combinaisons les plus rentables. Un des avantages du numérique tient dans la possibilité de réaliser, à partir des bases de données, des documents dont les contenus sont totalement différents, et cela aussi bien en online qu'en offline. « A la limite, chaque imprimé est unique », nous assure Davy Willemarck.

Perka utilise le système de gestion de flux d'entreprise CERM, commercialisé par Heidelberg. L'association CERM, workflow et presse numérique est détonante, tant au niveau de la gestion des ordres que de l'organisation de la production et des calculs de rentabilité.

WEB-TO-PRINT

A la rentrée 2013, Perka lancera son portail web-to-print, autorisant par là ses clients à concrétiser leurs projets directement par Internet. La firme compte y aller pas à pas. Perka offrira dès lors une nouvelle option de « Printing on Demand ».

LA MEILLEURE DE SA CATÉGORIE

La Linoprint C 901 admet une grande variété de supports et des grammages allant des plus légers au 300 gr. La C 901 atteint les 90 pages A4 par minute et accepte des formats jusqu'à 330 x 487 mm sans réduction de vitesse. Rapidité de calage, technologie innovante pour le transport du papier, excellent alignement recto-verso et fidélité des couleurs rendent ce système incontournable en termes de rentabilité et de qualité. Une batterie d'ORU (Operator Replaceable Units) rend superflue l'intervention d'un technicien. Les consommables (comme les cartouches de toner) peuvent être échangés pendant la marche, entraînant une diminution des temps d'arrêt, des opérations de maintenance et, donc, des coûts.

JP OFFSET

La force par l'innovation



Robert Bosch :

« Nous avons plaisir à travailler et nous tirons notre énergie de l'humour, de la positivité et de l'amitié. »

Quand on passe le long de l'A12, à Duiven, on ne peut éviter l'une des plus importantes imprimeries d'affaires des Pays-Bas, JP Offset, dirigée par deux enthousiastes : Robert Bosch et Stephan Stergiou. Ici, les affaires vont bien. Quel est le secret des deux associés ?

Bosch : « C'est une question d'occasion et de possibilité. L'innovation est pour nous un incitant de premier plan – et peut-être notre principale force. Stephan et moi sommes parfaitement complémentaires sur ce point. Il a dans la trentaine et il est originaire du marché de l'Internet et du marketing. J'ai dans la cinquantaine et je bénéficie d'une expérience graphique plus tradition-

nelle. Nous avons tous deux la capacité de faire bouger le marché grâce à notre passion du changement et notre capacité à développer de nouveaux produits et de nouvelles applications. »

DÉVELOPPER DES PRODUITS

Les exemples sont légion. Stergiou nous fait découvrir un emballage pour T-shirts que l'imprimerie a développé pour Madurodam, la célèbre ville miniature. « Nous avons remarqué dans le magasin de souvenirs que la présentation de ces produits pouvait être améliorée. Nous avons mis au point un concept clair et facile à utiliser pour l'affichage des tailles et des différents types de vêtements. La fraîcheur des couleurs et la forte présence de cette création ajoutent à l'efficacité du packaging. Ce qui rend ces T-shirts chouettes à acheter et à offrir. Les ventes ont décollé. Voilà une façon d'aider nos clients tout en nous ménageant un surcroît de chiffre d'affaires. »

AUTOMATISATION

JP Offset est l'une des plus importantes imprimeries à service complet de l'est des Pays-Bas. Parmi ses clients figurent des PME, des grosses entreprises (internationales) et des institutions publiques. Bosch : « Nous travaillons encore pour des éditeurs, des bureaux de communication, des intermédiaires graphiques, des printshops et des imprimeries Internet ne disposant pas de moyens de production. Pour les demandes complexes, nous nous positionnons en tant que partenaire, de l'offre à la réalisation. Pour les impressions standard de gros volumes, nous faisons jouer notre système ERP (progiciel de gestion intégré), ce qui assure à toutes les parties d'énormes avantages de productivité. »

Stergiou : « Nous avons lancé récemment – sous le nom JPPRO – une plate-forme en ligne pour les impressions standard. Les revendeurs commandent leurs imprimés à 15% en-dessous des prix courants du marché. Comment y arrivons-



DRUKWERKMAX.NL

Si JP Offset se caractérise par sa force de réflexion et sa valeur ajoutée sur le plan des affaires, et sur ses relations toniques avec d'autres professionnels du métier, elle n'en a pas moins créé une société-sœur – DrukwerkMAX.nl – pour aborder un autre segment.

Stephan Stergiou: « Nous avons simplement trouvé le moyen de valoriser d'une autre manière notre workflow automatisé. Il existe naturellement d'autres sites de commande, mais nous avons abordé le problème de manière tout à fait différente. Nous pouvons accepter des ordres placés avant 10.30 heures et les mettre à la poste le jour même. Nos clients peuvent aussi nous appeler s'ils ont des questions. Cette touche personnelle est, de notre expérience, fort appréciée de la clientèle. Aussi le business de DrukwerkMAX.nl est-il en forte croissance. Nous avons aussi des collègues et des graphistes qui commandent sur ce site car ils savent ce qui se trouve derrière : une imprimerie parfaitement équipée bénéficiant d'un maximum d'expérience et de compétence. »

nous? Le concept fait appel à un grand nombre de facteurs. Comme JPPRO ne s'adresse pas à l'utilisateur final, nous évitons les frais de publicité. Nous avons aussi automatisé au maximum tous les process stratégiques de notre entreprise : le traitement des ordres, la gestion des feuilles à imprimer, le façonnage... tout cela est géré à l'aide de logiciels extrêmement pointus. Les gros volumes nous permettent d'acheter à meilleur compte nos matières premières. »

ANICOLOR

L'imprimerie bénéficie en interne d'importants départements de pre-press et de façonnage. L'impression est assurée par deux 5-couleurs plus laque, tournant 24 heures sur 24. Sur ces presses, les jobs sont combinés dans la meilleure mesure du possible et réalisés sur un nombre limité de qualités de papier. Pour faire face à l'afflux de demandes, JP Offset a rentré, fin 2012, une nouvelle Heidelberg Speedmaster SX 52-4L avec Anicolor. Cette machine (la 35ème

installée au Benelux) tourne en deux équipes. Stergiou : « Temps de mise au point, vitesse de production, qualité et coûts... la machine s'est parfaitement inscrite dans le développement d'une production marquée par le raccourcissement des délais et la décroissance des tirages. » Et Bosch d'ajouter : « Nous imprimons sur cette presse la quasi-totalité des couvertures destinées aux nombreuses brochures et magazines que nous réalisons. Du papier 70 gr au carton 0,6 mm, cette presse avale tout. Et considérant la vitesse des temps de mise en route et des changements, elle se révèle aussi idéale pour les jobs en PMS. Cette Speedmaster conjugue besoins du client et efficacité et c'est ce qui est vraiment formidable. Nous comptons de 20 à 25 changements d'ordres par équipe et, sur les trois premiers mois, nous avons pointé quelque 1,5 million de feuilles au compteur. Nos conducteurs ont bien entendu dû s'y habituer, mais aujourd'hui ils n'en veulent plus d'autre. »

L'avis d'autres entreprises sur Anicolor :

Michiel den Besten (Bestenzet Printing, Capelle aan den IJssel) : « Faible gâche, rapidité sur la couleur et qualité stable. Ce qui débouche sur une réduction des coûts, donc d'un prix plus favorable pour le client. Tant l'imprimeur que son client s'y retrouvent. »

Peter de Bondt (De Bondt grafimedia communicatie, Barendrecht) : « Avec Anicolor, nous pouvons passer très vite d'un job à l'autre, quels que soient les types de papier. Cette machine nous permet d'exécuter de 30% à 40% d'ordres en plus par jour. Ce qui joue aussi : Heidelberg a construit et livré cette presse absolument neutre en CO₂. »

Marco Zwaan (Zwaan Printmedia, Wormerveer) : « Notre production est très diversifiée, avec nombre de papiers et de couleurs PMS particulières. Avec Anicolor, nous économisons 90% sur nos feuilles de passe. Le gain est énorme sur les petits tirages sur papiers chers. »

Jos de Croon (Drukkerij de Croon van Heerbeek, Oirschot) : « Anicolor est plus cher à l'achat. Mais nous attirons l'attention de nos clients sur les avantages écologiques. La mise en route est rapide et la couleur reste stable sur toute la durée de l'impression. Le rapport prix/qualité est très favorable au client. »

Nouvelles dimensions



En début d'année, Plantin et Tetterode organisaient à Evere l'événement «Nouvelles dimensions». Le signe & tenant ici lieu de symbole pour la rencontre et l'inspiration. Pour la collaboration et la vision. Pour la liaison entre l'analogique et le digital. Entre la production graphique efficace et les techniques d'ennoblissement les plus inattendues. Entre les possibilités insoupçonnées de la 3D et du Sign & Display.

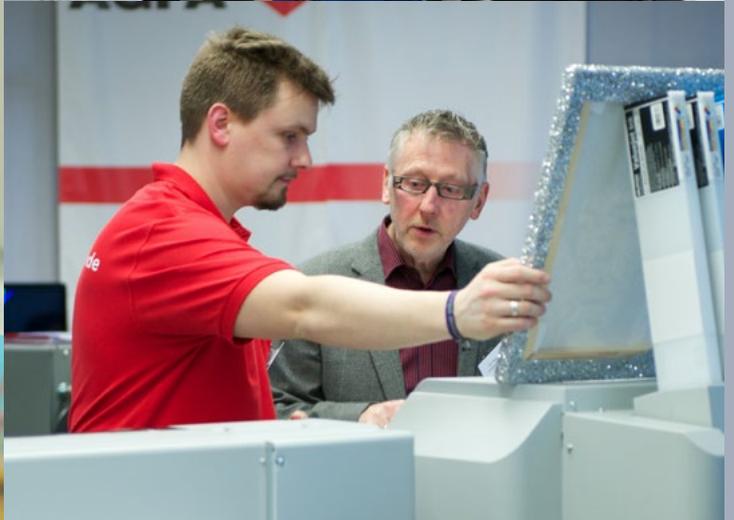
Ce furent trois journées fort denses: près de 500 entreprises et quelque 800 professionnels y ont été accueillis. Quelques impressions.

Le nouveau showroom a suscité beaucoup de réactions enthousiastes: moderne, clair, hightech. A côté du matériel graphique le plus actuel, le public découvrait un nombre impressionnant de machines et d'applications.

La Highcon Euclid, la déjà fameuse machine digitale à tracer et découper, suscita beaucoup d'intérêt. L'opérateur démontra qu'avec quelques commandes, on pouvait produire les formes à découper les plus complexes. Même attention pour la Scodix, une unité d'ennoblissement digitale avec laquelle l'usage d'un polymère transparent (PolySENSE) permet d'obtenir des effets étonnants.

& événement
2013

Pour un rapport détaillé
et un reportage vidéo :
www.plantin.be et
www.tetterode.nl



Autre zone d'intérêt: le pavillon 3D où les scanners Creaform et Roland DG, leurs logiciels et des imprimantes étaient en démonstration. Plantin et Tetterode représentent les imprimantes 3D DWS et Mcor.

Plantin Tetterode Display présentait une large gamme de machines et de matériaux. Trop sans doute pour les nommer tous ici, mais dont nous retiendrons deux nouveautés: les imprimantes HP pour les productions indoor et l'imprimante Roland BN-20 eco-solvent, un modèle de table à encres blanche et argent et découpeuse intégrée.

Pour l'impression digitale, les organisateurs présentaient les Heidelberg Linoprint C 901 et C 751. En combinaison avec Anicolor (Hybrid Print 2.0) et Color Management, la différence de qualité entre l'offset et le digital devient quasi

imperceptible alors que la souplesse de production s'accroît de manière considérable. Autre sujet d'intérêt: les avantages du système de gestion du workflow Prinect dans le domaine, notamment, du Web-to-Print.

Sur le terrain de l'offset, la Heidelberg Speedmaster XL 75-5-LX proposait une série de démonstrations impressionnantes: 18.000 feuilles à l'heure et un produit commercialisable obtenu en trois minutes. Le système en ligne de perforation, de coupe, de rainage et de découpe Cito-RSP était également visible. L'événement fut aussi l'occasion de présenter la ligne HEI-Care, une série de produits exclusifs destinés à l'accroissement de la production sur les presses, et à la garantie de conditions de travail plus sûres pour les opérateurs.

Kodak était présente avec sa série « Prosper S ». Cette technologie à jet d'encre couleurs à haute vitesse permet l'intégration de données variables dans un processus offset. La finition (une série de machines digitales) tenait une autre place importante dans le showroom. A côté de matériels de façonnage bien connus comme Polar et Heidelberg, on pouvait découvrir les produits GMP, Watkiss et Tech-ni-Fold CreaseStream, des unités spécialement destinées au façonnage d'imprimés digitaux.

Un passage par les magasins permettait aux visiteurs de découvrir la station de mélange d'encres et le laboratoire où des explications étaient offertes sur Opticolor et BCS. Avant de visiter les bureaux flambant neufs du premier étage où sont installées les équipes de service et de support.

LAMINAGE D'APPOINT NUMÉRIQUE

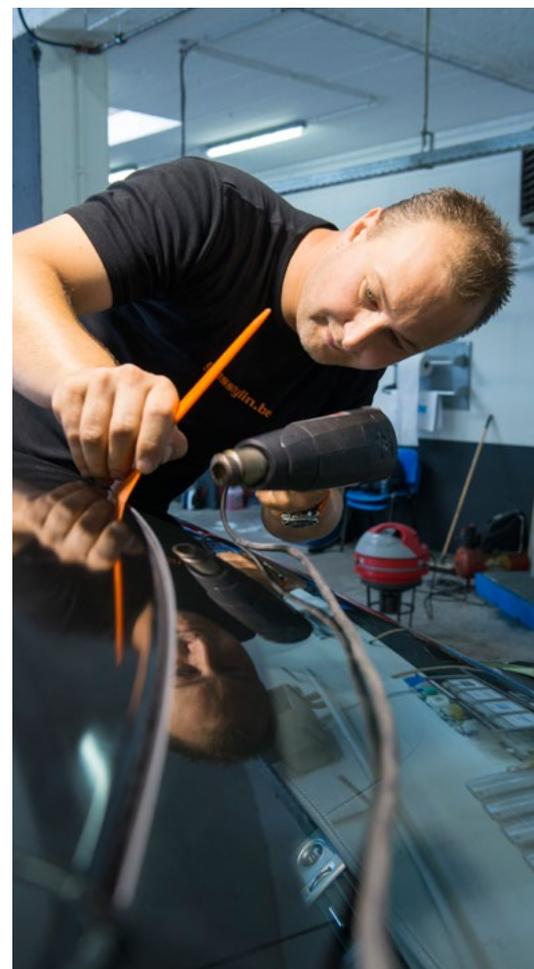
Avec les solutions de laminage d'appoint par feuil proposées par Plantin et Tetterode, il est désormais possible d'enrichir les imprimés numériques d'effets visuels spéciaux. Le sleeking foil (feuil laminé par fusion) adhère aux toners digitaux, secs ou liquides, créant une large gamme de possibilités. Le feuil est disponible en plusieurs exécutions: brillant, ultra-mat, hologramme et métal.

Avec cette technique, il est possible d'apposer sur des textes, des logotypes ou des images imprimés en digital des laminats d'appoint et de créer des effets saisissants.

Il est tout aussi possible d'ennoblir par laminage des travaux en offset et d'obtenir des effets similaires pour autant que le support ait été soumis à une impression préalable par toner.

Le laminage d'appoint est encore adaptable à une laminatrice standard pourvue d'un dispositif de bobinage pour feuil.

Ces feuil de laminage ont une épaisseur de 25 microns et sont disponibles en rouleaux de 1.000 mètres. Les feuil mats et brillants sont également disponibles en feuil de 2.000 mètres.



Chris Bastijns est actif depuis dix ans dans le lettrage, la teinte de vitrages et le « car-wrapping », l'habillage de véhicules. Son entreprise – Glasstyl'in – occupe dans cette spécialité une place à part. Et cela pour plusieurs raisons.

D'abord, parce que Chris se pique de pouvoir tout faire. « Nous prenons en charge l'équipement et la signalisation complets des véhicules qui nous sont confiés. Nous ne nous contentons pas que de lettrer, d'habiller les carrosseries ou de teinter les vitrages, nous nous occupons aussi de l'aménagement intérieur de véhicules utilitaires, rangements et outillage compris. Notre gamme est très large et notre service absolu. » Ensuite, parce que Glasstyl'in est une entreprise nomade, même si elle disposera de son propre atelier en 2014. « Chaque fois que c'est nécessaire, je me rends chez le client, qu'il soit particulier,



GLASSTYL'IN Entreprise mobile

constructeur ou gestionnaire de flotte, ou alors chez un outilleur avec qui je réalise la préparation. Ma petite équipe de techniciens se déplace sans cesse. Nous réagissons très rapidement, la plupart du temps dans la semaine. Aucune mission, même pas les plus saugrenues, ne nous fait peur. »

LES SERIES

Glasstyl'in couvre la Belgique et le Luxembourg. Sa clientèle, en majorité des marques automobiles, la contacte par mail ou par Internet, généralement pour habiller des séries, livrées directement à partir des usines. « Les séries sont à la mode chez les constructeurs. Nous travaillons avec les importateurs et nous disposons d'équipes de placement formées par VW et des enseignes comme Auto 5 et Resto.be. Il nous est arrivé d'habiller 380 véhicules en deux semaines ! Je travaille avec deux lettrés et deux spécialistes en car-wrapping. Nos équipes sont régulièrement en formation. On peut m'appeler à tout moment pour un conseil technique. »

LE FILM POUR VITRAGE

« La teinte de vitrages n'est pas qu'une fantaisie ornementale. Certaines commandes nécessitent des approbations au plus haut niveau et des homologations. Nos films autocollants sont approuvés au niveau européen et nous nous tenons informés des changements dans la législation. Le film pour vitrage remplit des fonctions de renforcement et de sécurité en cas de bris, d'incendie et même de santé, pour les allergies solaires par exemple. »

UNE ORGANISATION IMPARABLE

Le business de Chris Bastijns nécessite, on l'aura compris, une organisation imparable. « Dans ma position, je dois pouvoir compter sur quelques fournisseurs, recrutés parmi les meilleurs. Foliatex, Sparco et, bien sûr, 3M, mon fournisseur historique de films pour lettrage, aujourd'hui efficacement représenté par Plantin Tetterode Display. Pour les rangements et les outillages, je travaille avec Würth dont les ateliers, partout en Belgique, me sont ouverts. »

« Le film pour vitrage remplit des fonctions de renforcement et de sécurité en cas de bris, d'incendie et même de santé, pour les allergies solaires par exemple. »

DRUKKERIJ KORTEKAAS Entreprendre à l'ancienne

Le site de la Drukkerij Kortekaas fourmille de citations littéraires. Certaines sérieuses, d'autres malicieuses. Comme celle-ci, d'Herman Finkers: « Il ne faut jamais trop réfléchir... et tout tournera rond. » Parfaitement dans l'esprit de l'entreprise.



Bien entendu, ce n'est pas que la directrice, Eveline Kortekaas, soit superficielle. Au contraire. C'est plutôt son bon sens qui impressionne. Travailler dur, mettre le client au centre des préoccupations... et gagner un euro avant d'investir un sou.

ENTHOUSIASME

Le père – Dirk Kortekaas – a démarré l'entreprise en 1970. Et bien que la fille ait repris les affaires, on l'y trouve encore tous les jours. La mère y est aussi active; c'est elle qui s'occupe de l'administration. Eveline trouve cela chouette. Graphiste de formation, elle s'occupe prioritairement des aspects créatifs. Elle est très fière de ce qui sort des presses de Kortekaas: des petites choses – comme des anneaux de serviettes personnalisés – mais aussi des périodiques et des gros livres. Les clients de l'imprimerie sont sensibles à son enthousiasme et à sa créativité.

BOUGER

Evoluer avec le marché; voilà qui signe l'histoire de l'entreprise. Six collaborateurs y travaillent actuellement. Eveline Kortekaas: « Quand des clients nous soumettent des problèmes pour lesquels nous n'avons pas de solution directe, nous nous mettons à chercher. Si c'est faisable, nous trouvons nous-mêmes. » C'est la raison pour laquelle l'imprimerie dispose de toutes sortes de matériels de façonnage et d'ennoblissement pour le rainage, la découpe, la pose de feuillets et le laminage. « Au début mon père prenait des jobs que les autres imprimeurs ne voulaient pas parce que cela demandait trop de travail. Or, c'est ce qui rapportait le plus. Et qui rapporte encore. Ecouter le client peut vous ouvrir de nouvelles perspectives. » Il y a cinq ans, Kortekaas rentra sa première imprimante digitale, pour seconder ses deux presses offset Heidelberg 1- et 2- couleurs. « Nous avons constaté alors qu'il y avait un espace pour les petits tirages. »

LINOPRINT C 751 EX

Fin 2012, Kortekaas mettait en production, en remplacement de la précédente, une imprimante couleurs Heidelberg Linoprint C 751 EX. La montée en registre, la rapidité, la qualité et l'universalité (papiers jusqu'à 300 grammes, impression sur vergé, réalisation de triptyques, etc.) de cette machine ont séduit Eveline Kortekaas. « Nous savions que la finition était un point délicat. Chez nous, tout ce qui sort de l'imprimante est façonné de la même manière que les produits offset. »



Le choix d'un contrat flexible n'était pas moins important. « Nous n'aimons pas les dettes, pas plus à l'égard des banques qu'à celui de nos fournisseurs. C'est la raison pour laquelle nous n'avons pas recours au leasing et que nous achetons tous nos matériels, comme ce fut le cas pour la Linoprint. Toutefois, les imprimantes requièrent un contrat pour les toners et les entretiens. Généralement, l'utilisateur paie un montant fixe par mois pour les fournitures et les consommables. Si votre consommation est moindre, le trop-perçu est perdu mais ce qui vient en sus est facturable. Tetterode nous a offert la possibilité d'être facturés sur l'usage effectif. Cela nous convient mieux et préserve notre flexibilité. »

OFFSET OU DIGITAL ?

Que son travail soit imprimé en offset ou en numérique importe peu au client. Du moins, Eveline Kortekaas en est-elle convaincue. « Il faut que la qualité soit bonne. La Linoprint peut concurrencer l'offset. Nos travaux sont préparés à 95% par notre propre DTP et nous les envoyons en production selon les disponibilités. Les couleurs Pantone, par exemple, sont adaptées pour un passage sur la Linoprint. Cela marche à la perfection. »

DIVERSITÉ

Kortekaas travaille pour une clientèle très diversifiée : du très coloré Beverwijkse Bazaar à une chaîne de piscines publiques, des administrations communales et une foultitude de PME. A ses clients, l'imprimerie offre la possibilité de conserver leurs imprimés et de les livrer à la demande. « En fait, nous pouvons tout faire et notre offre est exhaustive. Si c'est plus compétitif, ou si nous ne disposons pas du matériel adéquat, nous confions la production à l'extérieur. Ces dernières années, nous avons ressenti une pression sur les prix et la politique baissière de la concurrence. Notre approche nous garantit heureusement de l'impression via Internet. Nous avons chez nous un parc de finition très complet, ce qui nous permet de livrer vite. C'est la maîtrise de la chaîne graphique qui assure notre rendement. »

LOHMANN SERA DISTRIBUÉ AUX PAYS-BAS

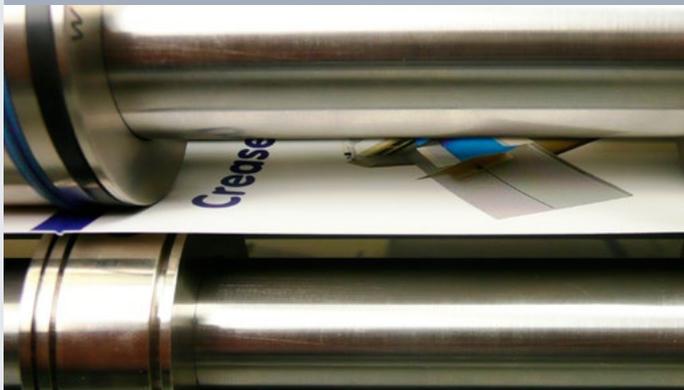


La collaboration entre Plantin et Tetterode a permis d'étendre aux Pays-Bas la distribution des adhésifs Lohmann dont Plantin était l'agent exclusif au Belux depuis 2009. L'impression flexographique exige, on le sait, un positionnement impeccable des clichés flexo sur les cylindres d'impression pour feuillets d'emballage et étiquettes.

Les produits de la série Duploflex fabriqués par Lohmann facilitent les processus en offrant des conditions optimales au montage, au démontage et à l'impression. Les pressions exercées sur la plaque sont compensées par la compressibilité des mousses, ce qui permet un engraissement minimum du point et garantit une impression exceptionnelle, même aux vitesses les plus élevées. Tolérances d'épaisseur minimales, sans arrachage des plaques ni élargissement incontrôlé du point, repositionnement facile au montage, démontage sans résidu, choix des propriétés d'adhérence et de dureté des mousses, résistance à l'eau et aux solvants, les adhésifs Duploflex de Lohmann offrent toutes les qualités de renforcement nécessaires pour le montage personnalisé des plaques flexographiques, renforçant par là l'offre de Plantin et Tetterode dans ce domaine.

CREASESTREAM MINI

UNE RAINEUSE-PERFOREUSE COMPACTE



Vous cherchez une solution interne économique pour le rainage et la perforation ? Pensez à la CreaseStream Mini, un matériel au rapport prix/performances imbattable. Elle est idéale pour les concepteurs, les centres de copie, les producteurs d'albums de photographie, les imprimeries (offset et numérique) et les entreprises de finition digitale.

D'un usage aisé, la CreaseStream Mini est livrable en trois variantes :

- Standard – machine manuelle pour une production – jusqu'à 1.000 feuilles à l'heure
- Quick-Feed – machine manuelle avec alimentation par pile – ca. 3.000 feuilles à l'heure
- Auto-Feed – machine entièrement automatique – jusqu'à 4.000 feuilles à l'heure
- Format minimum des feuilles : largeur 80 mm x longueur 120 mm. Format maximum des feuilles : largeur 520 mm x longueur 520 mm



La raineuse rotative utilise une technologie éprouvée : Tri-Creaser de Tech-ni-Fold. Il existe trois types de rainages signalés par des codes de couleur, pour des grammages allant de 65 à 350 gr. La cassure des fibres au dos des produits tracés appartient définitivement au passé.



Jacques Guisset, le patron : « Le planning a été serré. Il fallait démonter deux anciennes presses pour faire place aux nouvelles et former nos conducteurs à l'usage de ces machines. Nous avons profité des vacances pour tout mener à bien. »

L'imprimerie mène une politique ambitieuse de renouvellement de ses matériels afin de se ménager un avantage compétitif. Les temps sont durs et tous les gains de productivité sont les bienvenus. AZ Print imprime de tout, du dépliant publicitaire au rapport annuel, et en assure la finition. Sa clientèle est majoritairement composée d'agences de communication qui fournissent les fichiers. Pas d'infographie. Ici, on imprime et rien d'autre. On ne transige pas sur la qualité, mais on se bat sur les prix. « Nous avons rentré une 5-couleurs plus laque et Prinect Inpress Control, car nous pensons qu'il y a un marché pour les imprimés avec dispersion et couleur de soutien. L'autre machine est une 8-couleurs avec calage simultané et Inpress

En juillet-août 2013, AZ Print, une imprimerie de Grâce-Hollogne active sur la Belgique, la France et le Luxembourg, faisait installer deux nouvelles presses Heidelberg Speedmaster SM 74, et pas des moindres. La performance ? Pour des raisons techniques, les deux presses devaient être montées et opérationnelles dans les trois semaines. Pari tenu.



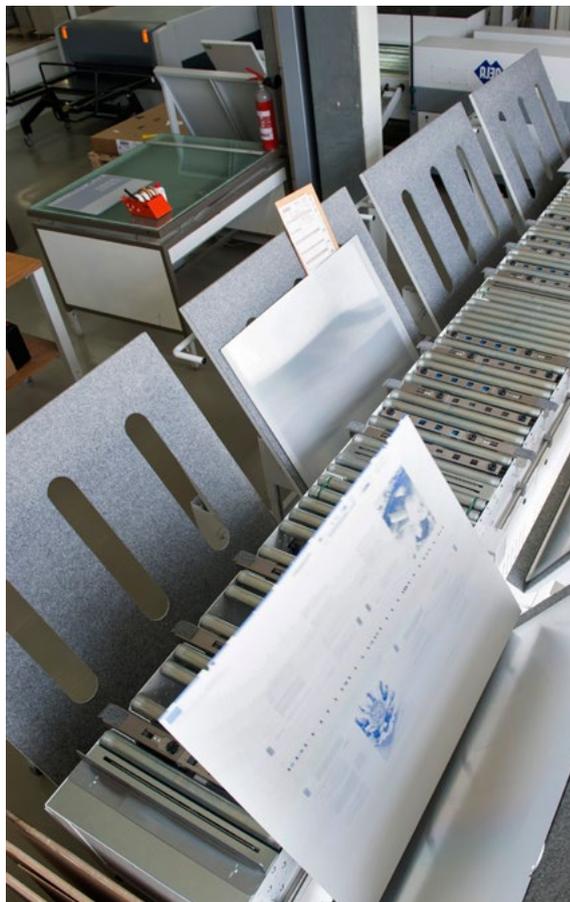
Control, capable d'imprimer 15.000 exemplaires à l'heure. C'est pour nous un saut technologique qui nous assure la qualité et la productivité que nous attendons. L'imprimerie réalise beaucoup de tirages moyens, ce qui entraîne nombre de changements de plaques. Il fallait une solution pour les calages. Nous avons jugé qu'il était temps de nous remettre à jour. Il n'y a pas d'autre solution pour notre entreprise que l'innovation technologique. Et pas seulement pour le business de l'imprimerie. Nous nous battons sur tous les fronts: les énergies alternatives, les bâtiments passifs, l'impression sans alcool, etc. Notre image écologique n'est pas mauvaise.»

AZ Print est aussi client pour les encres K+E dont le catalogue général convient idéalement à ses besoins. Pour les nouvelles 5- et 8-couleurs, un système de distribution d'encre Technotrans a également été mis en place. La firme utilise encore Cito RSP, un système de façonnage en ligne où la forme de rainage, de perforation et de coupe se monte sur le

«Ce sont nos techniciens qui ont choisi Heidelberg. Notre cœur est chez ce constructeur. Et puis, nous voulions absolument rester chez Plantin. Le service y est exceptionnel.»

dernier groupe d'impression de la presse. Son avantage est d'assurer toutes ces fonctions en un seul passage, à la vitesse de la machine, ce qui garantit à son utilisateur des gains de temps et de productivité importants. «Nous avons adopté la découpe sur cylindre pour un client français: les cartes visite-passion. C'est un job très minutieux, parfaitement dans nos cordes, et pour lequel nous sommes agréés. La découpe en constitue un des éléments essentiels. Or, notre ancienne machine typo ne garantissait plus les capacités nécessaires. Visite-passion propose maintenant une solution web-to-print dont le développement devrait nous permettre de valoriser à plein les performances de nos nouvelles presses. Au passage, nous comptons bien en profiter pour prospecter d'autres clients français.»

AZ PRINT Monter deux presses en trois semaines



LE TRAIN DE CONVOYAGE

Nela est une entreprise allemande spécialisée dans la manutention automatique de plaques d'impression, tant pour les installations de presses à feuilles que pour les rotatives.

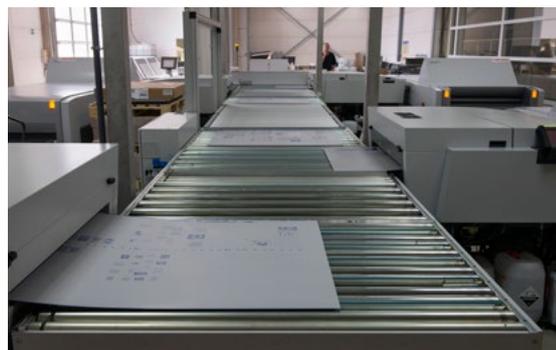
QUELLES PLAQUES ?

Graphius utilise les plaques thermiques Kodak Electra XD. Celles-ci se distinguent par leur très haute résolution, leur stabilité à l'impression et une versatilité qui les destinent à la plupart des environnements de production. Les Electra XD assurent sans problème des tirages à 500.000 exemplaires sans cuisson. Leur fabrication à base de polymères garantit une extrême stabilité du point et une maîtrise inégalée des couleurs. Les plaques Kodak Electra XD ont aussi l'avantage de s'accommoder des modes d'impression écologiques qui requièrent moins d'alcool et de produits chimiques.

Graphius est le nom d'une organisation coiffant cinq imprimeries (Geers Offset, New Goff, Sint Joris, De Duurzame Drukker, Druk in de Weer) sur un même site de production, à Gand. La démarche résulte d'un constat imparable.

Denis Geers, CEO de Graphius: « Dans un univers marqué par la montée du numérique et la chute des volumes, les seules pistes de rentabilité se trouvent dans le regroupement des moyens industriels, l'intégration verticale et la structuration de sites de production mis en commun. » L'idée ne manque pas de pertinence; cette association d'imprimeurs, certains généralistes, d'autres spécialisés dans la production de livres ou le culturel, d'autres encore dans l'impression durable, chacun gardant ses clients et son identité, est une option réaliste. Graphius a ainsi rassemblé un important parc technique: plus de 60 groupes d'impression, complétés d'installations extensives de prepress et de finition. Nous nous intéressons ici au train de préparation des plaques d'impression, opérationnel depuis l'automne 2012. Quatre inssoleuses Heidelberg Suprasetter ont été mises en batterie autour d'un système de convoyage Nela qui répartit les plaques, prêtes à être montées et déjà triées par job, en

fonction des presses à alimenter. Les plaques, toutes identifiées par codes, sont dirigées automatiquement vers des chariots. Les dossiers de fabrication correspondants les accompagnent vers l'atelier. Les Suprasetter travaillent selon trois types de formats: 75 x 105, 72 x 102 et 36 x 52 cm. La production des plaques est organisée sous Prinect Signastation de Heidelberg. L'ensemble fonctionne sous la supervision d'un employé du prepress qui jette de temps en temps un coup d'œil, histoire de vérifier si les impositions sont correctes et si les dossiers suivent. Jos Adant, directeur des opérations: « La chaîne a une capacité maximum de 120 plaques à l'heure. Nous produisons en moyenne 1000 plaques par jour, avec des pointes à 1500. C'est énorme, mais nous avons cinq imprimeries à alimenter! » Et Denis Geers d'ajouter: « Cet investissement a apporté l'ordre et la tranquillité dans notre département plaques. »





Se lancer dans l'impression 3D

3D HAUTE DÉFINITION

DWS (Digital Wax Systems) est une entreprise italienne spécialisée dans les formes les plus évoluées de prototypage par stéréolithographie. Ses imprimantes à résine fabriquent des modèles et des produits finis à très haute définition. DWS est particulièrement active dans la joaillerie et la dentisterie. Ce dernier marché est très prometteur car DWS offre un service complet : empreinte 3D par laser sans moulage, logiciels de correction et d'affinage, prothèses provisoires directement réalisées en positif, produits finis à la qualité exceptionnelle, exécutables suivant une infinité de nuances. Sans mentionner les avantages que propose DWS au niveau des coûts et des délais de réalisation. D'un point de vue technique, les objets 3D réalisés par la technologie DWS sont, pour la première fois, produits par forme fluide et non par couches superposées.



Le marché de l'impression 3D occupe une place croissante dans les médias, à défaut de trouver un destin commercial rapide.

Bart Dupon – 3D Systems chez Plantin : «La technique suscite un intérêt certain, mais l'impression 3D se cherche visiblement des débouchés. Selon les courbes d'acceptation des nouvelles technologies proposées par le Gartner Group, la 3D se trouve actuellement en phase de battage médiatique. Les aspects pratiques et techniques de la 3D sont encore inconnus. Nous considérons donc qu'il est de notre devoir de mettre les choses en perspective. Les imprimeurs hésitent à investir dans une technologie dont la rentabilité ne leur paraît pas assurée à court terme. Et on les comprend. Pour notre part, nous sommes convaincus

qu'il y a là pour eux un business énorme, tant dans la production d'objets de fantaisie qu'en maquettes et prototypes.»

LE PIED A L'ÉTRIER

Plantin et Tetterode ont dès lors décidé de soutenir l'émergence d'un marché pour l'impression 3D. Leur stratégie est moins de vendre seulement des machines que d'offrir les services nécessaires à la prospection et à l'accompagnement des imprimeries candidates et des «early adopters». Bart Dupon : «Nous avons mis sur pied un 3D Print Production Center où nos clients peuvent venir faire contrôler leurs fichiers et mettre éventuellement leurs produits en fabrication. C'est du Business-to-Business. Nous les aidons à produire, mais nous ne commercialisons en rien leurs réalisations. Plantin et Tetterode se situent en dehors d'un

contexte de concurrence avec leurs clients, qu'ils soient actuels ou futurs. Tout ce que nous faisons, c'est leur mettre le pied à l'étrier. Nous pouvons aussi les aider à concevoir un modèle Business-to-Consumer, auprès duquel le client final pourrait passer commande.»

Bart Dupon : «Nous nous retrouvons dans une situation proche de ce que nous connaissions au début du desktop publishing (DTP), quand l'essentiel était de pouvoir diffuser les connaissances nécessaires à la fourniture de fichiers exploitables.»

Pour garantir la continuité de ses opérations et l'emploi de ses trente collaborateurs, seule l'option « en avant toutes » présentait les avantages attendus. C'est pourquoi Onno Bruinsma, de la société de façonnage Van Elst, décida d'investir massivement dans son parc machines.



« Nous avons une stratégie à deux voies. D'abord offrir des services de façonnage traditionnels au meilleur prix et pour le coût interne le plus mesuré. Cet objectif relève de l'efficacité et de l'amélioration opérationnelle. Aussi avons-nous remplacé trois de nos machines par deux nouvelles plieuses Heidelberg Stahlfolder KH 82 entièrement automatiques et deux anciens trains d'assemblage par une assembleuse-piqueuse Heidelberg Stitchmaster ST 500. L'un dans l'autre, notre surcroît de productivité s'établit à 30%, sinon à 50%.

Mais il y a plus. « Nous enregistrons un progrès visible en ergonomie. Le travail est plus léger et plus agréable. De plus,

et ce n'est pas mince, la qualité s'est considérablement accrue. L'amélioration des logiciels a débouché sur un saut de précision. Celle-ci, combinée à la vitesse, produit des gains substantiels. Ajoutez-y le transport des feuilles par air, ce qui réduit le contact avec le papier, et vous dégager un autre gain de qualité. »

En plus des machines déjà citées, l'entreprise dispose encore de six plieuses, d'une deuxième assembleuse, de deux rogneuses, d'une relieuse et de deux lignes de préparation pour envois postaux.

LA COURSE CONTRE LE TEMPS

Le renouvellement d'une partie du parc machines a été rendu nécessaire par l'incessant raccourcissement des délais. Onno Bruinsma l'illustre par un exemple: « Nous façonnons toutes les trois semaines Trajectum, le magazine de la Haute Ecole d'Utrecht. Le planning est extrêmement court: l'ensemble du processus de production, de la création à la distribution, prend douze heures au total. Nous recevons les feuilles imprimées à 6 heures du matin, à 8 heures elles sont assemblées et à 10 heures la revue est disponible partout dans l'école. Si vous prenez du retard en termes d'organisation et de technique, vous n'y arrivez pas. »

RELATIONS

Onno Bruinsma est visiblement fier de son entreprise et de la persistance de ses contacts avec ses clients. « Nous travaillons depuis plus de quarante ans pour l'éditeur du Reformatisch Dagblad et, pendant toutes ces années, il n'est pas une seule édition que nous n'ayons façonnée. C'est pas extraordinaire, ça? »

Ce qui est aussi extraordinaire, c'est la relation avec Tetterode. « Nous sommes un vrai client Tetterode. Mon père faisait déjà des affaires avec elle et nos

contacts personnels ont toujours été excellents. J'ai été partiellement élevé, graphiquement parlant, par Tetterode. » Cette collaboration transcende les générations. Elle tient au rayonnement de l'entreprise, à son engagement. La durée et le respect y jouent une part importante.

Bruinsma: « Cela dit, il n'allait pas de soi que nous réaliserions notre prochain investissement chez Tetterode. Nous avons exploré un large éventail de possibilités. Le point de départ fut le déplacement à la dernière drupa. »

LA DEUXIÈME VOIE

« En plus des améliorations de productivité, nous nous concentrons sur l'élargissement de nos services afin d'être moins dépendants du monde graphique. C'est le deuxième aspect de notre stratégie. Nous sommes effectivement l'une des plus grosses sociétés de finition des Pays-Bas, mais nous ne désirons pas nous enfermer dans le façonnage. Nous sommes aussi spécialisés dans l'adressage, la personnalisation en pleine couleur, l'impression en ligne, le publipostage, la mise sous pli et la préparation à l'expédition. Afin de nous différencier sur ce terrain, nous avons investi, à la fin de l'an dernier, dans une Heidelberg Stahlfolder TH 82 Flexo-mailer. Une configuration de pliage avec des fonctions spéciales comme le collage, le gommage, la pose de scellés, la manipulation et le transfert, l'adressage et la perforation. Nous nous en servons pour nos actions de direct mailing. »

PRO-ACTIF

« Nous n'attendons pas que le travail vienne à nous, nous approchons activement les donneurs d'ordres, comme les bureaux de création et de publicité. Avec notre société-sœur Veso Speciale Opdrachten nous sommes de plus en

UN MODÈLE DE FLEXIBILITÉ

La nouvelle assembleuse-piqueuse Heidelberg Stitchmaster ST 500 a été lancée lors de la dernière drupa. Cette machine se distingue par des temps de mise au point extrêmement courts, un niveau d'automatisation élevé, une capacité d'adaptation à un maximum de besoins et un large éventail de formats. La mise en route par unité et une grande variété de dispositifs de commande contribuent à la flexibilité et à l'universalité de cette machine. Elle est particulièrement bien adaptée aux changements de jobs nombreux et aux environnements de production exigeants. Des contrôles de qualités intégrés assurent aux utilisateurs de la Stitchmaster ST 500 une production stable et fiable.



mesure de mettre au point des concepts complets de publipostage. En tant que fournisseur de services pour les applications de bases de données, Veso s'est spécialisée dans l'exécution crossmédia d'imprimés, de direct mailing et de logistique.»

« Notre stratégie à deux voies commence à porter ses fruits, bien que tout n'aille pas sans difficultés. Cela demande beaucoup de réflexion. Nous ne disposons pas, par exemple, de l'attitude commerciale propre à assurer le succès de cette nouvelle approche. Aussi y travaillons-nous. De même, le développement de concepts exige un temps d'apprentissage et une autre manière

« Heureusement, nous savons plus que tout autre ce que notre matériel peut faire ou pas. Et nous trouvons amusant d'aller au bout de ses possibilités techniques. »

de penser. Nous sommes ainsi devenus notre client le plus exigeant car, plus le concept est novateur, plus la réponse est élevée. Heureusement, nous savons plus que tout autre ce que notre matériel peut faire ou pas. Et nous trouvons amusant d'aller au bout de ses possibilités techniques. »

VAN ELST
Une stratégie à deux voies



REMY-ROTO

Conti-Air – Westland: duo gagnant



Remy-Roto est un rotativiste installé dans le zoning industriel de Beauraing. C'est la plus grosse entreprise de ce genre active dans la province de Namur.

Jean-Luc Leclercq, le directeur technique: « Remy-Roto appartient au Groupe Rossel. Nous produisons des journaux, des toutes-boîtes, des magazines lifestyle et de tourisme, ainsi que des imprimés publicitaires. Nos installations travaillent en heatset et en coldset, mais également en production mixte. Avec notre récente rotative de 80 pages (42.500 tours/heure, équipée de deux plieuses, une couchée et une debout) – le plus grand format de ce type en Belgique – nous nous profilons idéalement sur un marché actuel allant des 30.000 aux 4 millions d'exemplaires. »

Chez Remy-Roto, Plantin est le fournisseur historique de blanchets et de rouleaux. Pascal Hénaux, responsable production et qualité: « Nous utilisons les blanchets Conti-Air Neon Blue TR. C'est un matériel que nous avons sélectionné au terme de tests poussés, et qui a



LES BLANCHETS CONTI-AIR NEON BLUE TR

Ces blanchets, fabriqués par ContiTech, bénéficient de propriétés de compressibilité exclusives dues à l'usage de couches de micro-cellules. Ils offrent une qualité d'impression et un engraissement de point uniformes sur toute la surface du support, de même qu'un excellent quick release. Le revêtement caoutchouté supporte les travaux sans ou à faible teneur en alcool et offre une meilleure résistance aux encres polaires et aux environnements de mouillage complexes. Le Conti-Air Neon Blue TR est également adapté aux presses à feuilles grand format et aux machines à laize étroite.

LES ROULEAUX WESTLAND

Westland propose une large variété de rouleaux de mouillage, d'encrage et de laquage, sans parler des rouleaux de transport. Westland garantit des résultats de haute qualité pour l'offset à feuilles et les rotatives, pour l'impression de journaux et l'impression en continu. Les avantages des rouleaux Westland ? Fonctionnalité optimale, stabilité, excellente résistance chimique, régularité. Plantin assure pour Westland des services de regarnissage et d'échange parfaitement fiables.

donné les meilleurs résultats. Un de ses avantages est son extrême polyvalence. Nous pouvons passer sans changement d'une qualité de papier à l'autre, ce qui, dans le métier de la rotative, est un argument de poids. De plus, le Conti-Air est à la fois solide – nous tournons à plus de dix millions d'exemplaires avec le même blanchet... et avec la même qualité. En combinaison avec une eau parfaitement osmosée et des encres bien pigmentées, nous avons là le meilleur rapport souplesse/réactivité/usage pour notre marché. »

REGARNISSAGE

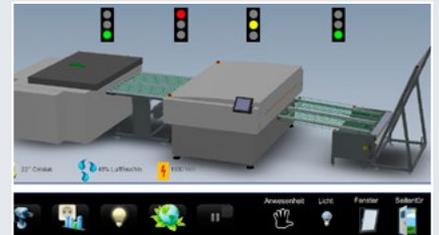
Jean-Luc Leclercq : « Nous sommes aussi clients Westland pour le regarnissage de nos rouleaux. Les rouleaux Westland sont des matériels très performants, et qui répondent à un maximum de paramètres. Dans notre domaine – où les laizes font deux mètres! – le mouillage,

par exemple, est d'une importance capitale. De plus, Plantin est un fournisseur très proactif et d'une ponctualité irréprochable. Et les prix, considérés dans leur globalité, notamment sur la durée d'usage, sont excellents. »

POLYVALENCE. RÉACTIVITÉ

« Remy-Roto travaille à 30% pour le Groupe Rossel, le reste se négocie en direct avec des entreprises réalisant des folders à gros tirages ou via des agences de pub. L'imprimerie produit pour le groupe, à plus de 50%, des journaux (Vlan) et des périodiques (Soir Magazine, Victoire, Sabato), le solde couvrant une large gamme de documents publicitaires. Notre avantage, c'est la grande variété de formats que nous pouvons proposer. Remy-Roto occupe 48 personnes tournant en trois ou quatre équipes, selon les presses. Nous sommes extrêmement réactifs. »

GRAFOTEAM VOTRE CTP SUR SMARTPHONE !



Grafoteam, le spécialiste allemand des périphériques de prepress, vient d'ajouter à sa gamme déjà large d'unités de manutention des plaques d'impression, un système de surveillance on-line dénommé ILS (Interactive Line Surveillance).

ILS permet de renseigner l'utilisateur sur le statut des composants de son installation CtP : l'insolation, le transport des plaques et le train de développement. Le système signale les cas d'urgence, assure le contrôle de la température et de l'humidité, offre une visualisation en direct par caméra et prévoit l'accès à la gestion des jobs. ILS assure en plus des fonctions de réduction de coûts, de protection de l'environnement, de sécurité et de management. Le tout s'effectue par simple communication sur smartphone ou sur tablette.

**Trouver votre CtP sans
plaques au matin, c'est fini!**

CRÉER DES LETTRES L'ART, C'EST LE REGARD

« Il existe déjà tant de lettres, pourquoi en créer d'autres ? » Voilà une réaction qu'entend souvent Jos Buivenga lorsque des gens qui n'appartiennent pas au secteur graphique apprennent qu'il conçoit des polices de caractères.

« C'est amusant d'entamer une discussion là-dessus. Je fais une comparaison avec les peintures. C'est vrai qu'il en existe déjà beaucoup, mais heureusement il en arrive toujours d'autres, tout aussi belles. »

Jos Buivenga (1965) a étudié à l'Académie des Beaux-Arts d'Arnhem. C'est là que s'est formé son goût pour la lettre, notamment quand on lui donnait pour exercice de recopier par le détail des caractères existants. Sa formation terminée, Buivenga se tourna vers la peinture. Comme sa femme, qui est aussi artiste. Pour faire bouillir la marmite, il accepta des jobs d'art director auprès de bureaux de publicité et finit par se lancer dans la création de caractères. Il est actuellement créateur indépendant sous le nom d'exljbris. Il vit et travaille dans un ancien presbytère au centre de Neede, une ville de l'Achterhoek, à l'extrême est de la Hollande.

Quand on lui demande s'il conçoit encore des lettres à la demande d'organisations ou d'entreprises, il se récrie : « Non, cela me met

trop de pression. Ce travail ne me convainc pas et ne fonctionne pas. Vous pouvez appeler cela de la sensibilité artistique, mais je désire conserver ma liberté. Mon expérience d'art director m'a confirmé dans cette position. C'est un travail stressant qui ne me convient pas du tout. Maintenant, je décide moi-même du planning. La création m'est proche, j'ai besoin d'elle pour exister. »

« Au début, quand je gagnais encore ma vie dans la publicité, je ne demandais pas d'argent pour mes fontes. Je trouvais sympathique que les gens utilisent mes projets. Ma première lettre a été le « Delicious », suivie du « Fontin ». Ces caractères ont été déchargés par des milliers de personnes. J'ai fini par me dire que je pourrais dessiner des caractères et me faire payer. De cette manière, je pouvais travailler moins et me consacrer davantage à la création. Et, heureusement, cela a marché ! Aujourd'hui je ne m'occupe plus que de dessiner des lettres, et c'est formidable. Créer une lettre, c'est faire un sudoku dans un carré. Il y a de 600 à 700 signes par fonte. Des formes complexes, des accents... tout doit s'accorder et rester en équilibre. Il faut beaucoup observer. Sans cesse. Mon expérience dans la publicité m'aide à tenir compte de l'utilisation pratique des caractères. Mais mon passé d'artiste est bien plus important. Réaliser une peinture requiert aussi beaucoup d'observation. »

Gravlax

From 'trench' & lax 'salmon' (fish)

Calluna

« J'ai tant de lettres en projet que j'en aurais encore pour des années. Comment ça marche ? Quelque chose ma passe par la tête, je commence par quelques lettres et puis je complète. C'est comparable à la construction d'une peinture. Pour le Museo, j'ai commencé par la lettre 'U' et je m'y suis mis. Via mon blog, il m'arrive d'associer des gens à ma démarche créative. Selon les réactions, je poursuis l'échange ou pas. Pour le Museo, par exemple, je ne voulais dessiner que des capitales, mais devant l'enthousiasme, je me suis mis à créer des bas de casse. Le nom de cette fonte n'a d'ailleurs rien à voir avec les musées. Je voulais un nom avec les lettres M, S, U qui sont les caractères typiques de cette fonte. C'est vrai aussi pour le 'O', pour sa symétrie. Museo sonnait bien.

Ses formes rondes en font une lettre ouverte et chaleureuse. »

Comment Jos Buivenga ressent-il l'irruption de la 3D dans son domaine ? « Les lettres apparaissent souvent en trois dimensions, dans les enseignes lumineuses par exemple. En principe, on croit qu'il faut épaissir le trait. Mais la lettre reste plate, son essence reste inchangée. Peut-on parler alors de 3D ? Cela dépend du point de vue. Transformer un carré en cube offre une toute autre perspective. Il s'agit vraiment d'un autre objet. Je ne conçois et ne dessine mes lettres qu'en 2D, mais ce serait un défi d'en tirer une 3D et de lui conférer ainsi une dimension supplémentaire. Mes lettres deviendraient des sculptures. »

Les caractères de Jos Buivenga

Gratuits :
Delicious
Diavlo
Fontin
Fontin Sans
Tallys

Partiellement gratuits :

Anivers
Calluna
Calluna Sans
Fertigo Pro
Fertigo Script
Geotica
Museo
Museo Sans
Museo Slab
Tenso

Payants :

Museo Sans Rounded
Museo Sans Condensed

En développement :

Questa (e.c.a. Martin Majoor)

Cet article a été composé en :

Museo Slab 300
Museo Sans 300, 500 en 700



DÉCOUVRIR MPS



La firme MPS (Multi Print Systems) produit des presses à laize étroite pour le marché des étiquettes, des emballages flexibles et du carton imprimé. Ces machines se situent à la pointe de la technologie dans les domaines de l'impression et de la transformation des supports souples.

Installée à Didam (Pays-Bas), MPS est une entreprise dynamique dont le développement repose sur une politique d'innovation orientée vers la qualité, la productivité et la flexibilité. Depuis 2010, MPS est représentée en Belgique et au Luxembourg par Plantin qui lui apporte sa connaissance du marché et un réseau de service de premier plan. MPS dispose d'un large éventail de technologies brevetées destinées à garantir à la fois la qualité de la production et le confort des opérateurs.

UN COUP D'ŒIL SUR LA GAMME

MPS propose trois lignes de produits :

EF. Une presse entièrement automatique, capable de transformer une très large variété de substrats. Depuis mai 2013, la gamme EF est disponible en trois versions. Le modèle de base EF conserve toutes les qualités d'automatisation et de mise en mémoire qui avaient fait sa réputation. Deux nouveaux modèles, proposant chaque fois des packages d'automatisation complémentaires, sont venus étoffer la série. La version EF-APC (Automatic Print Control) pousse plus loin l'automatisation de dispositifs comme le chargement direct par servomoteur des manchons (sleeves)

d'impression, le réglage précis de la pression, des tiroirs à encre coulissants, le contrôle de la qualité, etc.

La version EF-APC Advanced offre un mode d'automatisation plus précis encore sur le contrôle de l'écart pour les substrats difficiles. Les mises en mémoire sont possibles pour les travaux répétitifs, y compris pour les sleeves et les rouleaux anilox.

EXL-offset. Cette machine propose une combinaison originale offset/sleeve variable, héliographe et flexographie. D'une souplesse exceptionnelle pour tous les jobs d'impression et de transformation, longs ou courts, la EXL-offset bénéficie de fonctions d'automatisation avancées.

EXL-packaging. Une presse destinée au marché du packaging – étiquettes, emballages souples, cartons – fondée sur l'utilisation de la technologie MPS UV-Flexo. Précision du point, couverture d'encre optimale sur à-plats, finesse d'impression pour les petits caractères, etc. s'inscrivent parmi ses qualités exclusives.

UN ARGUMENT DE POIDS

MPS dispose d'une technologie « Multi-Drive » qui garantit le transport du substrat indépendamment du processus d'impression et de transformation. Des servomoteurs digitaux assurent un défilement précis et une tension constante des bobines.



& Magazine 13.2
Achévé d'imprimé en septembre 2013

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

Une publication de Plantin sprl
et Tetterode bv

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 Efreem Neveux

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

Typographie Heidelberg Antiqua,
Heidelberg Gothic, Museo Sans et
Museo Slab

Photos Nicolas van Haaren

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

Traduction Misty Meadows sa
et Language Link

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.

LabelExpo : MPS, POLAR, Roland DG et les autres...

LabelExpo, la plus grande foire au monde destinée aux producteurs d'étiquettes, se tiendra à Bruxelles du 24 au 27 septembre. Parmi les firmes représentées par Plantin et Tetterode, signalons la présence de stands MPS, Polar et Roland DG.

MPS, fabricant hollandais de presses à laize étroite, présentera une EXL-offset 7-couleurs, la presse flexographique EF Multi-substrate proposée ici en trois versions, une presse flexo EB à profil économique, un sécheur UV à leds, et bien d'autres dispositifs de productivité. Toute la gamme MPS – EF et EXL-offset – sera proposée en démonstration.

Polar exposera, en plus de ses matériels de coupe et de découpe pour les petits et moyens tirages, des systèmes en ligne pour la production d'étiquettes.

Un système de coupe Polar, avec élévateur de piles, taqueuse et massicot, sera en démonstration, de même qu'une découpeuse individuelle DC-M. La taqueuse est équipée d'une peseuse pour le comptage des feuilles, permettant d'obtenir des rames en quantités précises. Le massicot N 92 PRO est équipé d'une équerre orientable et d'un abaisseur devant la lame. Les programmes de coupe sont préprogrammés à l'aide du système P-Net Compucut, ce qui réduit pratiquement à zéro le temps requis pour la préparation de la coupe.

Roland DG sera présente avec une grande variété de matériels destinés à l'impression d'étiquettes, de prototypes et d'objets. Avec, bien sûr, en plus, quelques primeurs. Roland DG s'est fait une spécialité d'imprimer sur tous les types de substrats, avec un rapport prix-performance très concurrentiel, même en micro-quantités. Ses imprimantes eco-solvent permettent d'obtenir des effets spéciaux avec des encres mates et brillantes, métalliques et même en relief. Une attention particulière sera portée au système Flex Pack, une solution d'épreuve pour les applications d'étiquettes et d'emballages.

Parmi les partenaires de Plantin et Tetterode présents à LabelExpo, signalons encore Westland, Flint, Kodak et Kama.



24 - 27 September • Brussels

**LABELXPO
EUROPE 2013**

www.labelexpo-europe.com



