



**HEIDELBERG BENELUX: UN NOUVEL ÉLAN**

**SE SPÉCIALISER POUR EXCELLER**

**PENSER ET RÉUSSIR LA DURABILITÉ**

**EFFICACITÉ ET CONTRÔLE DES COÛTS**

**DE LA CONFIANCE AVANT TOUTES CHOSES**

**SCODIX: « TOUCHING IS BELIEVING »**



La ligature, en termes de typographie, est la fusion de deux lettres en une seule. Ainsi des deux lettres du mot *et*, réduites au seul signe &, qui a pris le joli nom d'*esperluette* (*ampersand* en néerlandais et en anglais). Ce signe se trouve déjà dans les graffitis de la Rome antique, puis dans les manuscrits médiévaux, enfin dans l'imprimerie dès son invention. Au début du siècle dernier, l'esperluette était encore enseignée dans les écoles comme la vingt-septième lettre de l'alphabet. Elle est utilisée ici en tant que titre générique d'une revue qui affirme sa vocation d'union et de connivence avec l'industrie qui l'a popularisée.



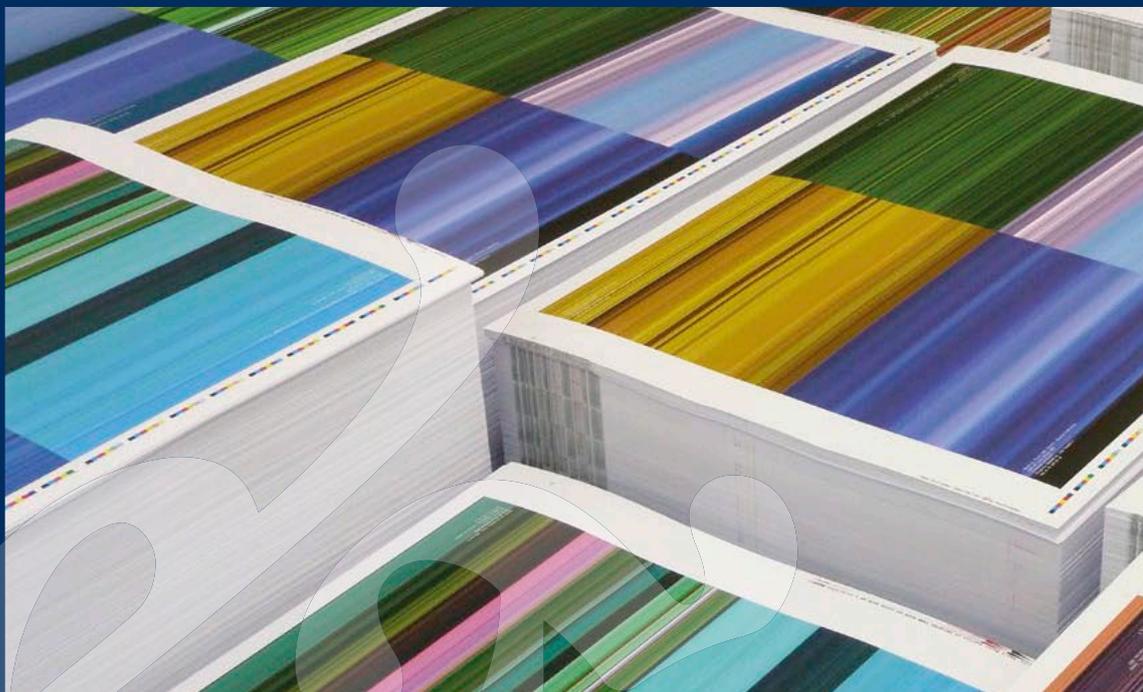
#### En savoir plus ?

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](http://www.plantin.be/esperluette).

## SOMMAIRE

- 3 Avant-propos
- 4 Un nouveau nom, un nouveau look
- 6 Linoprint: des témoignages
- 8 Famille, énergie et combativité  
*Maarse Drukwerk (Eibergen, NL)*
- 10 Pérenniser l'entreprise, élargir le service  
*Hengen Print & More (Luxembourg, LU)*
- 12 Penser en concepts  
*Drukkerij Van de Water (Schiedam, NL)*
- 14 Les délais ultracourts sont devenus la norme  
*Control Media (Wildert, BE)*
- 16 Gallus crée la sensation à Labelexpo
- 18 Réalisme et excellence  
*VCP Graphics (Bruges, BE)*
- 20 Pas de mots, des actes  
*Mediajoenit (Rotterdam, NL)*
- 22 Digital Supreme  
*DeLe Printing (Roeselare, BE)*
- 24 La station de mélange d'encre BCS Opticolor en images
- 24 Les petits tirages sont rentables  
*Ecomediagroep (Nieuwkoop, NL)*



## AVANT-PROPOS Esperluette

Nous y sommes presque ! A partir du 1<sup>er</sup> janvier 2016, les noms Plantin et Tetterode vont disparaître au profit d'une nouvelle appellation : Heidelberg Benelux. Notre visuel d'entreprise va aussi changer. Plus loin dans ce numéro d'Esperluette, notre Managing Director – Wolfgang Roth – vous en dira plus long.

La présente édition fait la part belle aux rencontres avec les acteurs du monde graphique. L'un choisit de se spécialiser (« C'est une façon d'exceller »), l'autre se focalise sur une offre plus large de services.

Un thème qui revient souvent dans ces interviews est la durabilité. Pour citer l'un de nos interlocuteurs : « La durabilité est inscrite dans l'ADN de nos collaborateurs. » Et que penser de cette affirmation : « Le plus durable des imprimés n'en est pas un. »

Les autres sujets récurrents sont la décroissance persistante des délais de livraison (« Ce que nous imprimons à 13 heures doit quitter l'atelier à 18 heures ») et la puissance de la combinaison offset/numérique. Les commentaires enthousiastes sur la Heidelberg Linoprint en témoignent à loisir. Un autre de nos entrepreneurs veut renverser l'image bon marché de l'impression digitale en mettant l'accent sur l'ennoblissement numérique.

Nous avons conçu ce numéro avec amour et enthousiasme, comme toujours. Puissez-vous tirer beaucoup de plaisir à sa lecture.

*La rédaction*



*Un nouveau nom,  
un nouveau look*

A partir du premier janvier 2016, Plantin et Tetterode poursuivront leur chemin sous le nom de Heidelberg Benelux. Un visuel entièrement révisé viendra renforcer les liens avec Heidelberger Druckmaschinen AG. Un nouveau nom et un nouveau look, voilà qui est rafraîchissant. La parole est au nouveau managing director de Heidelberg Benelux : Wolfgang Roth.



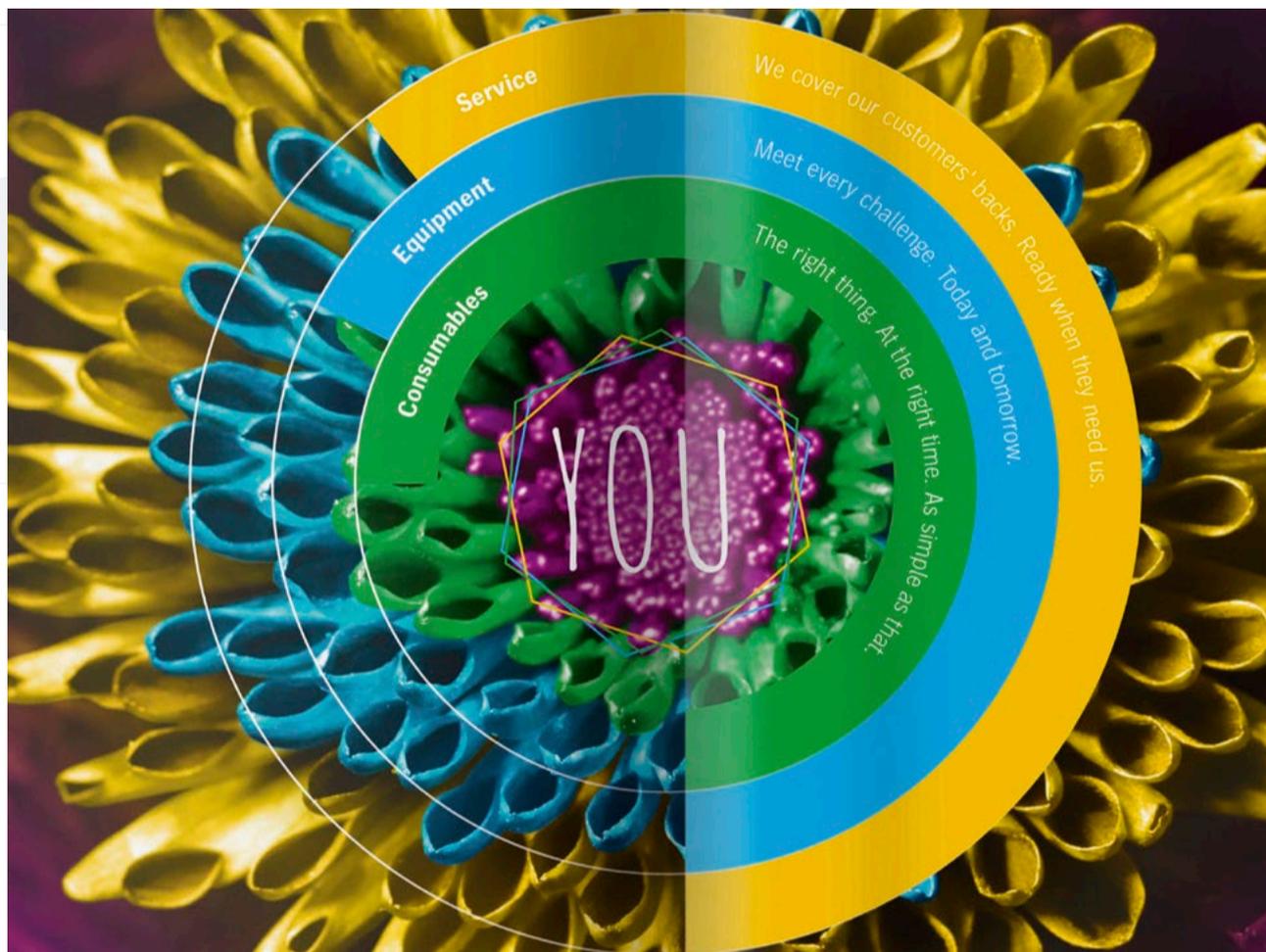
« J'ai été précédemment Sales Director chez Heidelberg et Directeur Régional pour les marchés de représentation. Dans cette fonction, j'ai travaillé étroitement, 20 ans durant, avec Plantin et Tetterode. Je connaissais donc bien les deux organisations et leurs marchés. Je trouve fantastique de pouvoir aujourd'hui diriger notre branche Benelux. Tout le monde est motivé à l'idée de pouvoir poursuivre le développement de nouvelles applications. Des applications qui vont aider nos clients à renforcer leur position. »

#### UN BUSINESS EN MOUVEMENT

« La réunion avec Heidelberg ménage des avantages certains. Cette intégration assure nos clients d'une offre de machines, de services, de fournitures et d'accessoires encore plus forte.

# G

1 X



01. Basic Elements.

## Colors – primary colors.

Please refer to this table to determine the correct color values for your applications.

Standard		Print
		Corporate color*
Heidelberg Blue	Heidelberg Blue 2015	631 G
Heidelberg Cyan		631 G
Heidelberg Green		631 G
Heidelberg Yellow		631 G
Heidelberg Mtn		631 G
White		631 G

Trade fairs and screen printing		Surface colors	Film
		NCS	ORAC
Heidelberg Blue	NCS S 4550-R90B	631 G	631 G
Heidelberg Cyan	NCS S 1665-B	631 G	631 G
Heidelberg Green	NCS S 2070-G10Y	631 G	631 G
Heidelberg Yellow	NCS S 6550-Y	631 G	631 G
Heidelberg Mtn	NCS S 7020-B 50D	631 G	631 G
White	NCS S 0300-N	631 G	631 G

\* The spot color Heidelberg Blue 2015 can be sourced through local offices.  
 † Graphic order number: P4.540708.  
 ‡ The CMYK color values are optimized for the ECI offset profile ISO Coated v2.  
 † Lab measurement conditions for print: D50 Illuminant, 2° Standard Observer, no polarizing filter, protection paper underlying. The Lab values shown are a reference for adaptations to accommodate other print conditions.

Le rapprochement avec Heidelberg Druckmaschinen AG nous permet donc de renforcer notre offre professionnelle. A l'inverse, les connaissances et les compétences que les deux entreprises ont rassemblées en matière de services et de consommables, ainsi que les contacts qu'elles ont établis avec la clientèle, sont du premier intérêt pour Heidelberg. A moyen terme, les services et les fournitures devraient générer la moitié du chiffre d'affaires de Heidelberg. Nous sommes aujourd'hui à 40 %. L'accord est donc bénéfique pour les deux parties. »

« L'évolution vers les services et les fournitures indique que Heidelberg est en mouvement. Nous sommes en pleine transition d'une entreprise de technologie vers un modèle axé sur les tendances

du marché et les besoins de la clientèle. Le client est au centre de notre démarche. S'il est prospère, son succès construit le nôtre. Le succès est un des concepts fondamentaux de notre stratégie d'entreprise. Notre portfolio est fondé sur les segments de marché à haut potentiel; ils sont les moteurs de notre croissance. Notre mission avec Heidelberg est de rester le partenaire de référence pour les industries graphiques. Notre connaissance approfondie du marché, des applications, des hommes et des entreprises qui y sont actifs nous permet d'associer innovation et simplicité. Bref, d'apporter la solution la plus juste au plus juste moment. »



# LINOPRINT : DES TÉMOIGNAGES



« Notre nouvelle Linoprint CV s'intègre résolument dans notre stratégie de réactivité, surtout dans la perspective d'une offre future sur les très petits tirages. »

Dieter Paredis de la drukkerij Haletra (Houthalen).



« La Linoprint s'accommode de pratiquement toutes les sortes de papier. De plus, grâce à son format 33 x 63, elle nous permet de réaliser des triptyques A4. Cela nous apporte du business supplémentaire. »

Robin Bremer de Quadraat Printmedia (Oud-Beijerland).



« La Linoprint C 751 nous a permis de raccourcir encore notre temps de réaction. La qualité et le registre de nos petits tirages sont à l'optimum, surtout en comparaison des systèmes digitaux que nous utilisions précédemment. »

Ignace Parys de Parys Printing (Evergem).



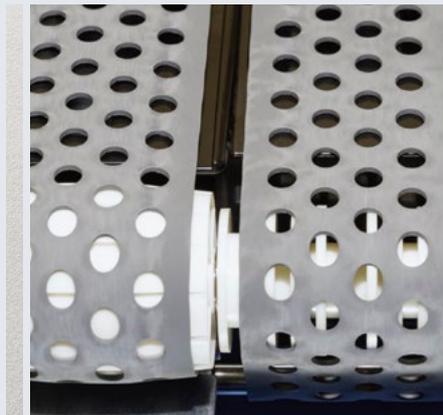
« Grâce au nouvel Heidelberg Digital Frontend dont nos machines sont équipées, il est possible d'obtenir une harmonisation totale entre couleurs offset et numériques. De surcroît, les Linoprint s'intègrent parfaitement dans notre workflow et dans celui de la Drukkerij Verloop, notre maison-mère. »

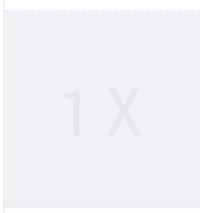
Alexander Bot de Goud PrintCenter (Alblasserdam).



« Notre Linoprint Pro C 901 est une véritable machine de production. D'une polyvalence, d'une modularité et d'un niveau de performance incomparables. »

Davy Willemarck de Perka (Maldegem).

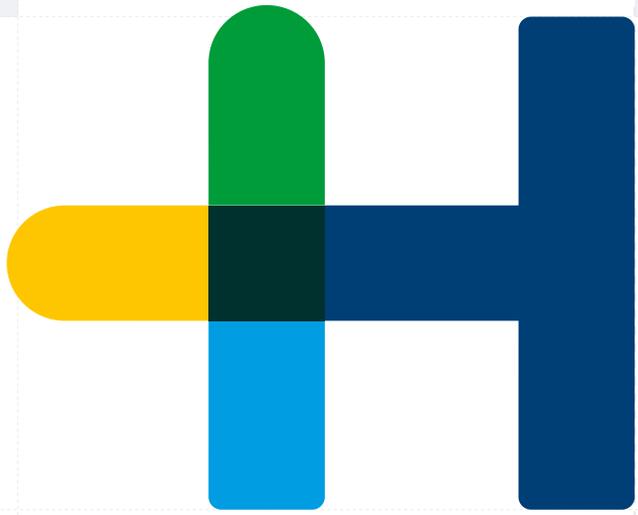




CMYK*	Lab <sup>b</sup>	RGB	Hex
C100 / M60 / Y0 / K40	26 / 71 / 40	80 / 55 / 80	#505050
C100 / M0 / Y0 / K0	0 / 0 / 0	0 / 0 / 0	#000000
C0 / M0 / Y100 / K0	50 / 43 / 38	80 / 155 / 80	#509050
C0 / M25 / Y100 / K0	25 / 10 / 52	825 / 6200 / 80	#800080
C100 / M50 / Y50 / K50	50 / 23 / 5	80 / 550 / 845	#803020
C0 / M0 / Y0 / K0	100 / 0 / 0	8255 / 6355 / 8255	#ffff

Film colors	Spot colors		
OBSCAL	X-Film film set (transparent)	Pantone	Pantone Textile
631-001 Berlin Blue	D-CX 12	Pantone 7692 C	Pantone 19-4049 TPK
631-053 Light Blue	D-CX 3	Pantone Process Cyan C	Pantone 19-4433 TPK
631-062 Light Green	D-CX 26	Pantone 385 C	Pantone 19-6513 TPK
631-022 Light Yellow	D-CX 34	Pantone 7406 C	Pantone 19-6792 TPK
631-060 Dark Green	-	Pantone 560 C	Pantone 19-5444 TPK
631-010 White	-	-	Pantone 11-0601 TPK



### UN NOUVEL ÉLAN

Wolfgang Roth: « Le logo Heidelberg a été adapté à notre stratégie d'entreprise. Les trois points importants pour la clientèle se retrouvent dans les couleurs de la lettre H : jaune pour les services, cyan pour les équipements et vert pour les consommables. Les couleurs sont réunies par le 'bleu Heidelberg'. Celui-ci renvoie à notre connaissance, à notre réseau international et à tous les collaborateurs de l'entreprise. Le nouveau dessin du H comprend le signe plus, qui forme le cœur du message : nous sommes beaucoup plus qu'un vendeur de machines. C'est, par essence, le symbole de notre vision du futur. »

### QUALITÉ ET CONFIANCE

Et de conclure : « Pour être clair, nos raisons sociales et notre style graphique changent, mais toutes nos autres valeurs restent en l'état. De nos agents de contact à nos numéros de téléphone, adresses et registres de commerce. Les deux entités conservent aussi leur forme juridique actuelle. Plantin devient Heidelberg Benelux sprl et Tetterode, Heidelberg Benelux bv. Nos équipes de service et nos programmes de livraison ne bougent pas : nous combinons élan nouveau et qualité éprouvée. »

*« Le nouveau dessin du H comprend le signe plus, qui forme le cœur du message : nous sommes beaucoup plus qu'un vendeur de machines. »*



## Famille, énergie et combativité

Fabian Maarse trouvait au départ l'imprimerie malpropre et inintéressante. Jusqu'à ce qu'au cours d'un job de vacances dans l'entreprise de son père, des collègues le mettent à travailler sur une presse. Il apprend ainsi le métier d'imprimeur offset et suit, dans la foulée, divers cours de management. Il est depuis près de quatre ans à la direction de Maarse Drukwerk, à Eibergen. Et avec enthousiasme.



La firme est depuis 1976 une référence dans le Achterhoek, une région de l'est des Pays-Bas. Le choix de Eibergen comme lieu d'établissement est de bonne logique : « Là où nous habitons, à Groenlo, il y avait à l'époque cinq imprimeries en activité. Ici, une seule. »

Fabian est attaché à sa terre de Groenlo, il y habite et y mène une vie sociale active. Il fait partie de la direction du club des supporters du SV Grol, l'équipe de football locale, du comité du carnaval, de la jeune Chambre de Commerce et de divers clubs professionnels. « Entretien des réseaux n'est

pas seulement amusant, c'est aussi une excellente manière de faire des affaires. » Et, de fait, l'enthousiasme avec lequel Fabian parle de son business est communicatif.

### UN NOUVEAU RAYONNEMENT

Le progrès et le renouvellement sont d'importants motivateurs. Le récent réhabillage de l'entreprise en est le reflet. Le nom d'origine – Drukkerij Maarse – a disparu au profit d'une nouvelle appellation : Maarse Drukwerk. L'image de la firme a été renouvelée. Et le logo fait une référence explicite au « Q » de Quality.

Fabian : « Je trouvais qu'il était temps de donner à l'entreprise un nouveau rayonnement. L'ancienne imprimerie de village s'est muée en une unité de production hypermoderne. Neuf collaborateurs y sont occupés. Nous livrons des produits de qualité dans des délais rapides et à des prix tout à fait concurrentiels. Nous fournissons un service complet et nous avons, pour cela, tout sous la main : le prepress, le stockage, l'offset, le digital, la signalisation, le façonnage. Tout cela couplé à un service efficace et pertinent, des délais rapides et – naturellement – la meilleure qualité. Le fait de disposer chez nous de tout le matériel nécessaire nous permet de concrétiser nos promesses. C'est notre force actuelle, et ce le sera encore dans le futur. Ce n'est pas pour rien que notre slogan est « Maarse Drukwerk, dat voelt goed. » (Maarse Drukwerk. On s'y sent bien).

Une approche personnalisée (des circuits courts et un interlocuteur fixe), un engagement maximum et une méthode de travail souple sont autant d'éléments importants. Fabian : « Ces éléments sont autant de points d'appui qui nous distinguent sur le marché des affaires, notamment auprès des institutions publiques, des PME, des sociétés de logement et des agences publicitaires, mais aussi auprès des particuliers. »

Là où beaucoup d'entreprises graphiques et de médias ont choisi d'étendre leurs activités, Fabian a choisi de se consacrer à 100 % à l'imprimerie. « Ce n'est pas pour rien que ce terme figure aujourd'hui dans notre raison sociale. Nous voulons être le meilleur imprimeur de la

*« La spécialisation appelle l'excellence et je crois profondément en cela. »*

région... et le plus important dans cinq ans. La spécialisation appelle l'excellence et je crois profondément en cela. Nous ne créons pas d'apps, de sites Internet, encore moins de produits multimédia. Beaucoup d'imprimeurs qui s'y étaient engagés n'existent plus, n'ont plus de presses ou sont devenus des spécialistes de l'information et de la communication. »

#### INVESTIR

Fabian : « Si vous voulez vous maintenir en tant que spécialiste, vous devez veiller à ce que votre matériel soit toujours à la pointe. Ne pas investir vous mène à l'épuisement. »

Maarse Drukwerk a récemment installé une nouvelle insoleuse Heidelberg Suprasetter A52. « Ce n'est pas un luxe inutile étant donné la demande croissante pour les petits tirages. Nous les réalisons à 80-85 % en offset, ce qui nous impose beaucoup de changements de plaques. Nous avons bien des machines digitales mais, pour des raisons de prix et de qualité, nous imprimons la plupart de nos travaux en offset. Surtout depuis la mise en service, il y a deux ans, de notre Speedmaster Anicolor 52 4-couleurs plus laque. Temps de mise en route, vitesse de production, qualité et coût... tout, dans cette machine, correspond au profil de nos travaux. Petits tirages certes, mais aussi délais extra-courts. Grâce à l'unité de laquage, nous pouvons maintenant tourner le matin et livrer à midi. C'est fantastique ! »

Et Fabian de conclure : « Cette presse est neutre en CO<sub>2</sub>, ce qui épouse nos convictions en matière de durabilité. Avec la chaleur récupérée de la presse, nous pouvons chauffer une partie de nos locaux. Nous épargnons aussi beaucoup sur la gâche tant cette machine est rapide à la montée en couleurs. Cela nous fait une économie d'une tonne de papier par an ! »



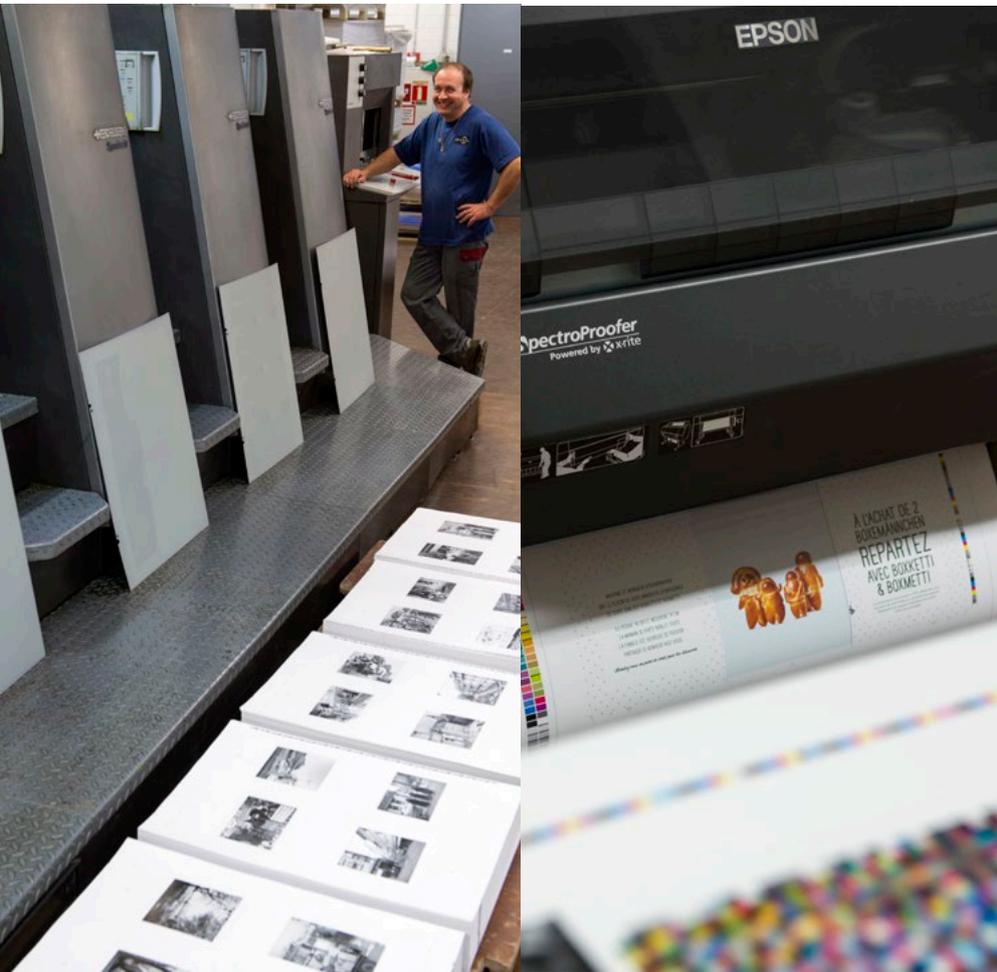
# Pérenniser l'entreprise, élargir le service



**Nous avons visité l'imprimerie Hengen, à Luxembourg, en 2005. Depuis, le fondateur, Gust Hengen, a pris un peu de distance, laissant les rênes de l'entreprise à deux de ses collaborateurs : Régis Burgun et Alain Valet, le premier à la gérance technique, le second à la gestion commerciale et administrative. Ensemble, les nouveaux administrateurs de Hengen Print & More – c'est désormais le nom de la société – totalisent 35 ans d'ancienneté. Chez Hengen, on aime la stabilité autant que le service.**

« Nous essayons de garder notre clientèle historique. Cela dit, nos deux commerciaux prospectent la France et l'Allemagne, car le marché luxembourgeois est très concurrentiel et en surcapacité. Nous servons tant les particuliers que les agences, la plupart de nos clients se situant parmi les entreprises de taille moyenne. Cela dit, nous prenons tous les types de jobs, de la carte de visite au livre relié. »

Avec son équipement très complet et sa vingtaine de collaborateurs, Hengen Print & More se flatte de pouvoir répondre à toutes les demandes en parfaite souplesse et en totale écoute. « Nous ne cherchons pas les très grosses commandes, mais nous pouvons les assumer. Par contre, si nous n'avons pas vraiment de spécialisation, nous aimons les « moutons à 5 pattes », ces jobs quasi insolubles dans lesquels nous faisons valoir notre savoir-faire et notre créativité. Cela nous attire de nouveaux clients même si, comme nous l'avons dit, nous essayons surtout de pérenniser nos acquis. »



### CONSEILLER, SERVIR ET MAINTENIR

Flexibilité, service, rapidité... ces valeurs sont évoquées de manière récurrente dans les milieux graphiques et largement balisées par les imprimeries. En quoi Hengen Print & More se distingue-t-elle de la concurrence? Alain Valet: «La capacité d'écoute, le désir de se perfectionner, l'ouverture aux problèmes de la clientèle même si nous savons que la commande ne se réalisera peut-être pas chez nous. La qualité du conseil installe la confiance.»

Régis Burgun: «Le client est aussi sensible à notre esprit de famille. Beaucoup de nos collaborateurs ont plus de vingt ans d'ancienneté. Pérenniser l'emploi de tout le monde, amener nos collaborateurs à la retraite, évoluer avec intelligence et dignité, voilà quels sont nos plus beaux titres de fierté.» Ce qui n'empêche pas la direction de réorganiser en permanence, d'étoffer certains

départements, d'en alléger d'autres, et d'assurer la rentabilité de ses opérations.

### CALIBRATION HAUT DE GAMME

Si Hengen Print & More atteste à juste titre de son intégrité, l'entreprise n'en reste pas moins réaliste. Ses équipements sont largement à la hauteur, de la conception au façonnage, avec une compétence particulière en prepress. «Nous offrons un service de premier plan en calibration d'épreuves et en certification. Si un client de notre département digital désire verser un job en offset ou en rotative, par exemple, ou vers tout autre procédé d'impression, nous l'aidons bien volontiers à calibrer ses fichiers. C'est un domaine dans lequel nous collaborons intimement avec Plantin. Le prepress, chez nous, est le centre nerveux de l'entreprise. Nous avons trois imprimantes Epson dont une entièrement dévolue au tirage d'épreuves certifiées. «Je suis de l'ancienne école, ajoute Régis Burgun,

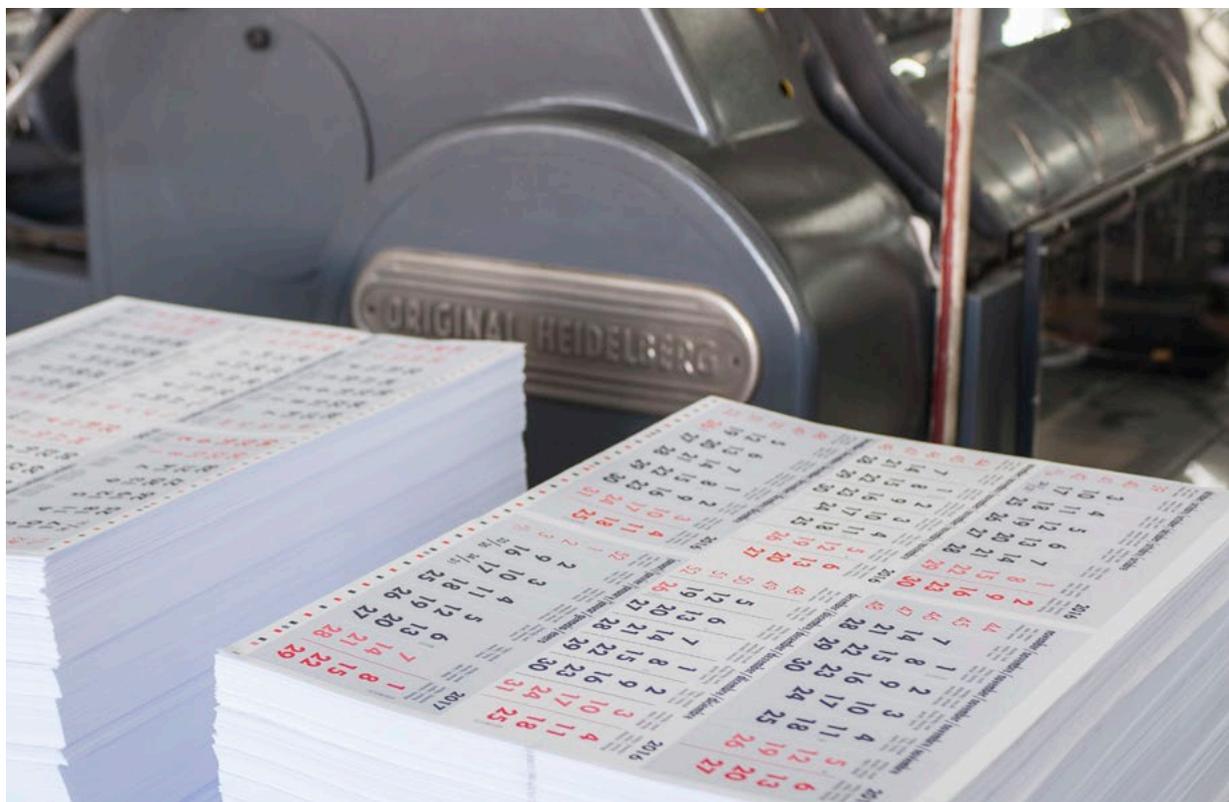
*«Il n'empêche, chez Hengen, on fait dans le perfectionnisme: toutes nos plaques sont contrôlées.»*

je joins toujours une épreuve papier aux fichiers certifiés que nous établissons pour certains de nos clients.» Depuis janvier de cette année, Hengen Print & More est équipée du Prinect Integration Manager 2015 de Heidelberg. Régis Burgun: «Nous suivons en permanence les releases de ces logiciels. Dès que Plantin libère un nouveau module, nous l'installons. La gestion du workflow est pour nous d'une importance stratégique.»

### DES INSTALLATIONS EXHAUSTIVES

Les bureaux et les ateliers de Hengen Print & More livrent la même impression que lors de notre dernière visite: les matériels sont nombreux et la place mesurée. Ainsi le papier arrive-t-il au fur et à mesure des commandes. La firme a investi en impression digitale: certains tirages démarrent à 30 exemplaires. Cela dit, la plus grosse partie du business se fait en offset. Depuis janvier, la firme est passée des plaques Electra XL aux plaques Sonora sans chimie, toujours sur Heidelberg Suprasetter. «Nous avons connu quelques problèmes au départ. Problèmes d'ailleurs rapidement levés grâce au partenariat étroit que nous entretenons avec Plantin. Les tests sur les Kodak Sonora sont aujourd'hui concluants. Il n'empêche, chez Hengen, on fait dans le perfectionnisme: toutes nos plaques sont contrôlées. Nous y gagnons en temps sur machine. D'autant qu'avec le grand nombre de petits jobs que nous privilégions, le volume de plaques est important.»

Qui pense à la Drukkerij Van de Water, pense à Finiblok. Ce système de formulaires autocopiants a été lancé en 1980 et, depuis, son succès ne s'est jamais démenti. Pourtant, cette firme de Schiedam n'est pas à proprement parler un imprimeur de formulaires, mais une touche-à-tout dans l'âme. Nous avons rencontré son directeur, Edgar Willemse. Il avait rejoint l'entreprise en 1979... comme stagiaire.



« Nous sommes une entreprise graphique généraliste, active depuis 55 ans et qui compte 20 collaborateurs polyvalents. Nous faisons énormément de choses nous-mêmes, ce qui accroît notre flexibilité et notre valeur ajoutée. Nous offrons encore des services comme le stockage, la logistique et le publipostage. Notre capacité à proposer des solutions nous a attaché beaucoup de clients. En 1999, nous avons été au nombre des premières entreprises graphiques à offrir un module de commande sur Internet. Nous disposons de notre propre webshop, dont un pour les établissements d'enseignement. Les écoles peuvent y commander leurs imprimés, voire télécharger des fichiers digitaux complets de textes, de photos et d'illustrations. »

« Le business des imprimés en général – et celui des formulaires en particulier – a fort décliné ces dernières années. Nous avons heureusement réussi à maintenir notre part de marché dans le créneau des formulaires grâce au concept Finiblok que nous avons développé nous-mêmes

et à sa notoriété. Ces blocs autocopiants représentent toujours un tiers de notre chiffre d'affaires. Ce qui témoigne de la force du produit. »

#### DE NOUVEAUX CONCEPTS

« Pour faire face aux bouleversements du marché, nous avons, voici quelques années, exploré d'autres pistes. Finiblok nous a permis d'engranger beaucoup d'expérience en matière de standardisation et nous avons joué cette carte. Notre nouveau concept s'appelle Kalendergigant.nl, un webshop reprenant un large choix de calendriers et d'agendas de tous formats. Ils sont faciles à commander et à personnaliser. Le concept a été lancé il y a quatre ans et les résultats dépassent nos prévisions : 166.000 calendriers produits en 2014 ! Cette année, nous espérons générer deux mois de chiffre d'affaires avec Kalendergigant ; nous sommes déjà largement au-delà. » Et Edgar Willemse d'ajouter : « Entre-temps, nous avons ouvert un webshop en Belgique et nous poursuivons sur des concepts comparables pour les formulaires et les supports de présentation. »



« La défense du milieu est inscrite dans l'ADN de nos collaborateurs. »

#### **EFFICACITÉ**

Seul département à avoir marqué le pas en matière d'automatisation chez Van de Water: le prepress. C'est la raison pour laquelle l'entreprise a installé l'été passé un nouveau CtP: une insoleuse Heidelberg Suprasetter A75. Willemse: « Cet investissement figurait depuis longtemps dans nos projets. Mais comme du matériel neuf ne nous paraissait pas financièrement intéressant, nous avons demandé à Tetterode de nous trouver une bonne machine de seconde main. L'occasion s'est présentée et nous nous sommes décidés très vite. Notre Suprasetter dispose d'une alimentation en plaques entièrement automatisée, ce qui nous a fait faire un saut d'efficacité. Imaginez que les quelque 11.000 plaques que nous utilisons par an devaient être chargées à la main dans l'insoleuse et le matériel de développement! »

#### **DURABILITÉ**

« Un autre avantage de la Suprasetter réside dans le développement sans chimie des plaques Kodak Sonora. Ce qui s'inscrit dans notre politique de durabilité. La défense du milieu est inscrite dans l'ADN de nos collaborateurs. Nous travaillons depuis 1997 avec un baromètre du milieu (Milieubarometer). Cet instrument de mesure, développé par la Fondation Stimular, soutient les entreprises qui désirent entreprendre dans le respect de l'environnement. Nous nous sommes inscrits dans le Cercle de Breda, le premier groupement à l'époque à rassembler des entreprises graphiques désireuses de combattre la pollution. Début 2009, j'ai initialisé avec quelques collègues un cercle de durabilité à Rijnmond. C'est un groupement d'entreprises de notre branche qui échangent leurs expériences et leurs pratiques en matière d'innovation et d'économie environnementales. Aussi quand, en 2013, le Milieubarometer nous a offert la possibilité d'être certifiés, nous y avons souscrit avec succès. Chez Van de Water, production, qualité et durabilité vont de pair. »

*Le Milieubarometer et le cercle de durabilité de Rijnmond apparaissent ailleurs dans ce numéro d'Esperluette, dans l'article Mediajoenit.*

# Les délais ultracourts sont devenus la norme



**Control Media est établie à Wildert, une commune frontalière près de Roosendaal. C'est une entreprise graphique ultramoderne où l'accent est mis sur l'efficacité et la maîtrise des coûts. Les presses y tournent 24 heures sur 24, sept jours sur sept. La reliure fonctionne en deux équipes.**

Le directeur Leon van Nunen: « Je crois profondément à l'hyperspécialisation et non à des concepts comme le one-stop-shopping. Pour l'instant, Control Media travaille en impression avec deux presses Heidelberg convertibles: une Speedmaster XL 106 10-couleurs et une Speedmaster XL 106 8-couleurs plus laque. En comparaison, notre département finition est relativement important: 25 de nos 45 collaborateurs y travaillent. Cela nous est nécessaire pour maintenir notre vitesse de réaction. Ce que nous imprimons à 13 heures quitte, en partie, l'atelier à 18 heures. Le marché

*« La manière directe du  
Hollandais s'accommode  
parfaitement du profes-  
sionnalisme du Belge,  
et cela nous permet de  
nous distinguer. »*



a changé. Auparavant, les temps de livraison ultracourts étaient l'exception. Ils sont aujourd'hui la norme. Celui qui ne s'y plie pas n'a plus droit à l'existence. Dans notre monde marqué par l'e-commerce, tout tourne autour de la vitesse d'expédition.»

#### **DES INTERLOCUTEURS AGRÉABLES**

Van Nunen est convaincu d'avoir tout sous la main pour continuer à croître contre vents et marées. « Nous nous sommes concentrés sur la réalisation de dépliants, de leaflets, de brochures, de magazines et de catalogues, en courts et moyens tirages. Toute notre organisation et notre parc machines ont été mis au point dans ce but. Nous sommes très automatisés, afin d'accroître au maximum notre productivité. Avec Prinect Integration Manager nous pouvons planifier, coordonner et contrôler tous nos process de manière centralisée, du prepress à l'impression au façonnage. Nous sommes une entreprise innovante, sans cesse à la recherche de gisements d'efficacité. Nous suivons pas à pas ce qui se passe dans les industries graphiques. Nous pouvons ainsi investir en hommes et en machines là où nos clients

peuvent trouver leur avantage. Notre très haut niveau de service, de qualité, de durabilité et de souplesse rend la collaboration plus agréable. »

Et la méthode porte ses fruits. Les installations actuelles de Control Media (4.500 m<sup>2</sup>), qui ont été inaugurées au printemps 2007, sont déjà trop petites. Van Nunen : « Je prévois l'installation très prochaine d'une nouvelle presse ; notre bâtiment n'y est pas adapté. »

#### **GÉRER L'EXPANSION**

Etendre ou construire à neuf, Leon n'a pas encore fait son choix. « Nous bénéficions ici de beaucoup d'avantages. L'efficacité, les multifonctionnalités, l'harmonie avec l'environnement, la place laissée au contact social... voilà les éléments qui ont présidé au développement de notre site actuel. C'est une réussite ; le travail ici est très agréable. Ce qui plaide en faveur d'une extension. Par contre, l'avantage d'une nouvelle construction est de nous ménager un nouveau saut en avant grâce à l'optimisation de la logistique. Ce qui correspond à nos ambitions. »

# GALLUS CRÉE LA SENSATION À LABELEXPO



**Fin septembre s'est tenu à Brussels Expo le salon mondial des professionnels de l'étiquette : Labelexpo. Cet événement bisannuel a attiré près de 36.000 visiteurs originaires de 146 pays. Six cents exposants y étaient représentés. Parmi les nouveautés en présentation mondiale, la Gallus DCS 340, la première presse convertible digitale.**

Née d'une collaboration étroite entre Heidelberg, Gallus et Fujifilm, la DCS 340 réunit le meilleur des technologies de pointe offertes par ces trois leaders mondiaux. Pour Gallus, le constructeur suisse bien connu de rotatives à laize étroite destinées à la production d'étiquettes, il s'agissait là d'une première réalisation depuis son acquisition par Heidelberg en 2014. Fujifilm y étrennait sa technologie Samba, les têtes à jet d'encre les plus innovantes du marché : une résolution native de 1200 x 1200 sur huit couleurs. Quant à Heidelberg, il fournissait le cœur de la nouvelle presse, la Digital Print Unit, une unité d'impression digitale révolutionnaire. L'utilisation de l'impression digitale permet aux producteurs d'étiquettes de produire à moindre coût des produits en versions différentes, avec des données variables et/ou en tirages courts.

Capable de travailler de bobine à bobine à la vitesse de 50 mètres minute quel que soit le nombre de couleurs et le niveau de finition choisis, la Gallus DCS 340 combine idéalement l'impression flexo et l'impression digitale. Elle peut de surcroît recevoir un grand nombre de dispositifs d'ennoblissement et de façonnage. Sa plate-forme de production en ligne est totalement modulaire.

Jorge Denaux, Product Specialist Label Business Benelux : « La finesse d'impression de cette machine est telle qu'on peut parler de qualité digitale-offset. La taille infime des gouttelettes permet de réduire la consommation d'encre. Son niveau de fluidification offre de larges échelles de gris et un meilleur rendu des demi-tons. La résolution des nouvelles têtes ménage les plus hautes définitions, même dans les très petits caractères. Les dégradés sont totalement homogènes. De plus, l'absence de 'clicks' accroît encore le retour sur investissement. Les coûts sont connus, les encres Saphira se vendant simplement au litre. »

Le Gallus DCS 340 bénéficie via Prinect DFE d'une intégration dans Prinect, le système de gestion de workflow bien connu de Heidelberg. Le module Digital Front End assure la préparation : gestion des jobs, contrôle des données, impositions, color management, contrôle des rendus, etc. Il suffit de verser un PDF dans le module pour assurer rapidement et facilement son traitement.

## UNE CAPACITÉ À SE DISTINGUER

Leon van Nunen n'a pas de lien émotionnel avec l'imprimé. Sa formation n'est d'ailleurs pas graphique ; il a étudié la gestion technique d'entreprise à Eindhoven. « Dans le secondaire, je n'avais pas la moindre idée de ce que je voulais faire. Un test d'orientation a démontré que j'étais fait pour la gestion. J'en suis reconnaissant à mes formateurs. » Leon rejoint les industries graphiques via son père : « Mon père avait démarré sa propre centrale d'achat d'imprimés en 1992, à Baarle-Nassau, après des années de représentation en imprimerie. Je me suis mis très vite à l'aider. La collaboration était chouette mais le boulot ennuyeux. J'ai donc lancé ma propre entreprise en 1996 en reprenant une imprimerie offset à feuilles à Deurne, en Belgique. J'ai pu y mettre toute ma passion pour la gestion des process et les gains d'efficacité. C'est cela qui me motive, plus que le produit imprimé lui-même. Notre croissance a été régulière et nous sommes arrivés à Wildert en passant par Kapellen. »

« Que nous choissions de nous étendre ou de construire ailleurs, nous resterons certainement près de la frontière. Cela pour deux raisons. D'abord, l'essentiel de notre chiffre d'affaires provient des Pays-Bas et nous avons une équipe exceptionnelle de collaborateurs flamands et hollandais. La manière directe du Hollandais s'accommode parfaitement du professionnalisme du Belge, et cela nous permet de nous distinguer. »

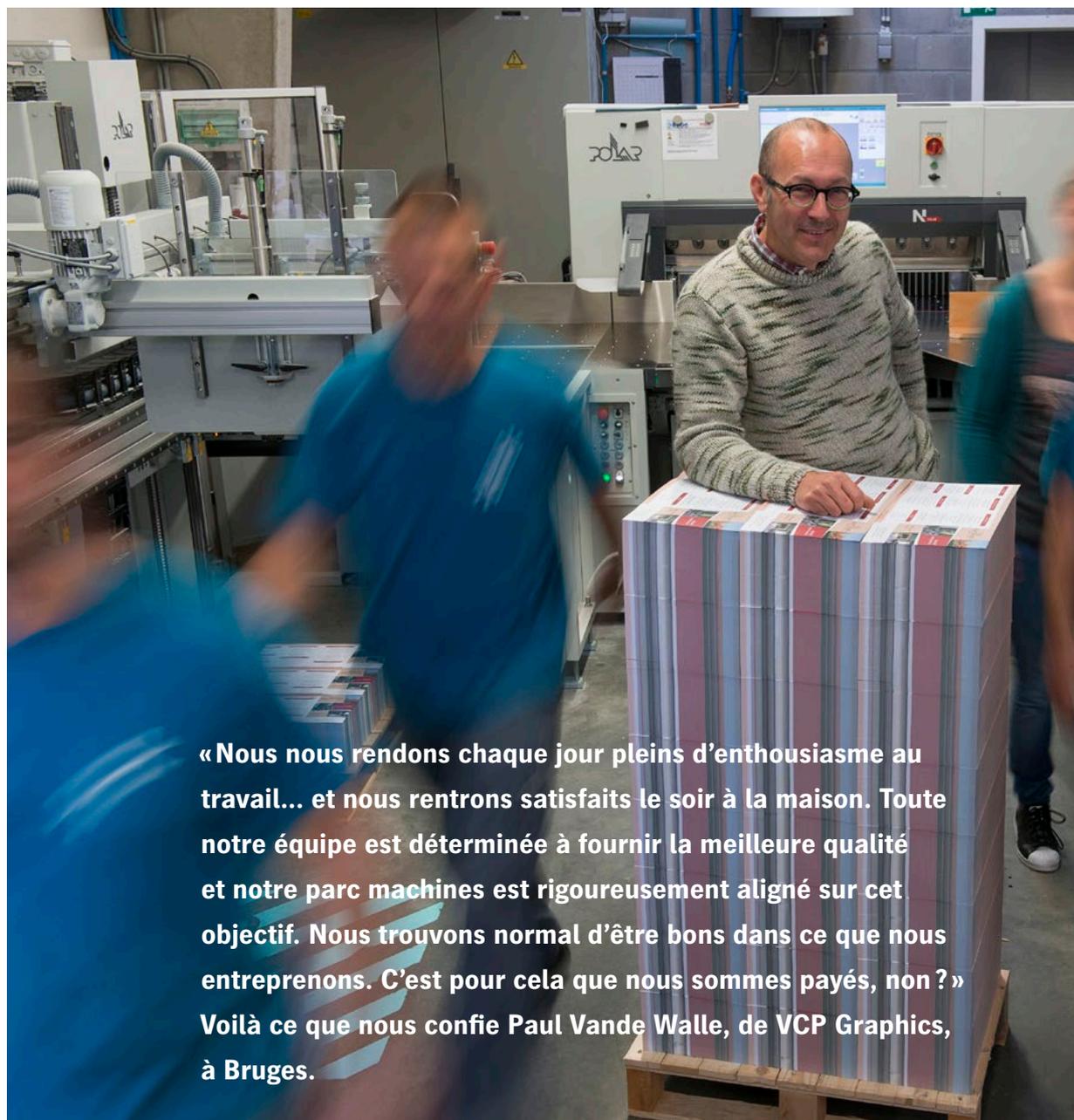


*« L'optimisation de la logistique figure en tête de mes priorités. »*



## UNE FABRIQUE D'IMPRIMÉS

Qui sont en fait les clients de Control Media ? Van Nunen : « Nous distinguons les clients qui commandent directement chez nous – surtout les donneurs d'ordres qui nous amènent un chiffre d'affaires supérieur à 100.000 euros – et les affaires qui nous arrivent de manière automatique, via les sites d'achat d'imprimés par exemple. Notre objectif est de travailler à 100 % sur les travaux qui nous arrivent en mode automatique, et que nous pouvons traiter immédiatement. L'avantage est d'éviter au maximum les variations dans le chiffre d'affaires. Deviendrons-nous une fabrique d'imprimés ? Sans doute, mais où est le mal ? »



« Nous nous rendons chaque jour pleins d'enthousiasme au travail... et nous rentrons satisfaits le soir à la maison. Toute notre équipe est déterminée à fournir la meilleure qualité et notre parc machines est rigoureusement aligné sur cet objectif. Nous trouvons normal d'être bons dans ce que nous entreprenons. C'est pour cela que nous sommes payés, non ? »  
Voilà ce que nous confie Paul Vande Walle, de VCP Graphics, à Bruges.

Il poursuit: « Je ne dis pas que nous sommes bons dans notre branche par pure vantardise. En fait, notre profil est des plus modestes. Nous n'avons pas de site web. Chez nous, il n'est question que de bon sens. Nous n'acceptons des commandes que celles que nous sommes certains de pouvoir mener à bien, de manière à tenir nos promesses. Comment pouvez-vous vous attacher des clients sinon à les impressionner par votre travail? Qu'il s'agisse de la qualité de nos produits, notre parc machines ou notre service, nous ne visons que le meilleur. Nous faisons tout avec plaisir et dans le meilleur esprit d'équipe. Nos donneurs

d'ordres apprécient cette politique et nous vouent une fidélité sans faille. Nous sommes fiers de compter parmi notre clientèle des très grosses entreprises. »

#### CONCERNÉ ET ENTHOUSIASTE

Il n'y a pas que les affirmations de Paul Vande Walle qui témoignent de cet enthousiasme et de cet engagement. L'atmosphère qui règne dans l'entreprise y correspond parfaitement. « Nous travaillons à six et chacune de ces collaborations est aussi importante que l'autre. Nous savons tous quelle est notre mission et nous nous y investissons à 100%. Si nécessaire, nous travaillons la nuit et le



week-end. A l'inverse, quand la pression se relâche, nous prenons le temps de prendre le petit déjeuner ensemble ou de partager une tarte. Nous formons une sorte de famille. Quand nous mangeons nos tartines, à l'heure de midi, nous parlons de choses et d'autres. Des enfants, des hobbies, du sport, de la politique. C'est très agréable et je souhaite à chaque entreprise d'avoir une équipe comme celle-là.»

### LES MEILLEURS MATÉRIELS POSSIBLES

Paul Vande Walle est d'une fidélité absolue à ses fournisseurs, Plantin en particulier. «Pourquoi changer quand on travaille avec la référence du marché; la firme qui propose les meilleures machines, le meilleur service technique?»

VCP a évolué avec ses matériels. Deux, quatre, aujourd'hui huit couleurs. La Heidelberg Speedmaster XL 75-8 recto-verso tourne sans désemparer. «Nous aimons les jobs courts, ce qui nous impose, certains jours, un nombre incroyable de changements de plaques. Les niveaux d'automatisation de cette machine correspondent idéalement à nos besoins. A la limite, on peut la laisser travailler seule et s'occuper ailleurs. Dans l'ensemble, nous considérons le

renouvellement de nos matériels comme une nécessité imposée par les exigences de productivité et de rentabilité que nous rencontrons dans le milieu très concurrentiel de l'imprimerie. Sans investissement – nous changeons de presse tous les quatre ans – ce ne serait simplement pas tenable.»

### UN NOUVEAU TRAIN DE COUPE

VCP est également équipée d'un train de coupe Polar de la toute dernière génération. Paul Vande Walle : «J'ai beaucoup hésité à investir dans un matériel de ce type; je n'y croyais pas vraiment. Aujourd'hui, je regrette de ne pas avoir commencé plus tôt car ce train de coupe est certainement le meilleur investissement que j'ai fait ces dernières années. La Polar est d'une souplesse et d'une ergonomie confondantes, ce qui soulage d'autant nos collaborateurs. Et, surtout, les produits finis sont d'une qualité exceptionnelle.»

*« Pourquoi changer quand on travaille avec la référence du marché? »*



# Pas de mots, des actes



**« Mediajoenit gaat centraal ». Mediajoenit va au centre. C'est sur ce thème que cet imprimeur de Rotterdam a centralisé, au milieu de cette année, toutes ses activités commerciales en un seul lieu, derrière la Gare Centrale. Auparavant, l'entreprise occupait deux locaux différents dans le quartier du port.**

Mediajoenit est née de la fusion, en 2008, de la Drukkerij Gebroeders Peeters (1920) et Drukjoenit (1973). Son directeur, Edward van der Keur, a repris la seconde nommée des mains de son père: « La fusion s'était avérée nécessaire en raison du développement technologique et des investissements qui devaient le soutenir. Nous avons choisi le terme « media » dans le nom de notre entreprise car nous réalisons bien plus que des imprimés. Nous produisons par exemple, des impressions grand format et des bannières, du matériel d'exposition et pour l'enseignement, réalisés si besoin dans nos propres studios. Nous travaillons pas mal pour des institutions de soins de la région, ainsi que pour des entreprises, petites et grandes. Nous ne négligeons pas pour autant le particulier et les imprimés de

circonstance comme les faire-part de mariage ou de naissance, ni les mémoires d'étudiants. »

## **DES DOIGTS VERTS**

Comme sa collègue, la Drukkerij Van de Water – présente ailleurs dans les pages de ce numéro d'Esperluette – Mediajoenit travaille dans le respect du milieu; elle fait partie du cercle de durabilité de Rijnmond. Van de Keur: « Nous ambitionnons de ramener au minimum notre impact sur le milieu. C'est pourquoi, selon une expression courante à Rotterdam, nous ne voulons 'pas de mots, mais des actes'. Grâce au baromètre du milieu (Milieubarometer), nous contrôlons notre consommation d'encre, d'eau et d'énergie. Nous savons ainsi qu'avec des plafonds, des murs

et des sols clairs, nous arrivons à réduire nos frais d'éclairage. Nous n'imprimons plus qu'avec des encres 'vertes'. Pour les couleurs PMS, par exemple, nous utilisons les encres bio de K+E qui sont composées à 60-70 % de matériaux biologiques. Ces encres ne contiennent pas de matières volatiles. Elles sont exemptes d'huiles minérales et de composants toxiques. Elles contribuent à la réduction du CO<sub>2</sub> et sont, dans une plus large mesure, biodégradables. Nos plaques d'impression Kodak Sonora respectent le milieu et notre électricité est verte à 100 %. Et nous travaillons évidemment avec des papiers certifiés FSC. »

### DES LOCAUX ACCUEILLANTS

Edward van de Keur : « Nous tenons nos clients au courant de nos choix écologiques. Nos locaux de la Proveniersstraat s'y prêtent parfaitement : la situation est centrale et l'atmosphère plus que chaleureuse. Cela nous a demandé un réaménagement considérable de l'ancienne imprimerie offset et des magasins qui y étaient installés. La vente, l'impression digitale, le DTP et la finition se trouvaient au Bergweg, à 10 minutes à pied d'ici. C'est bien d'avoir pu regrouper en un seul site les neuf personnes qui composent notre équipe. Seul le magasin a été externalisé, dans un parc d'industries voisin où les mètres carrés sont moins chers. »

*« La Linoprint CV est la seule presse de son segment qui convienne à l'impression 5-couleurs et qui accepte, de surcroît, un large choix de substrats. »*

Le choix de la Linoprint CV a été simple à faire : « Elle est la seule presse de son segment qui convienne à l'impression 5-couleurs et qui accepte, de surcroît, un large choix de substrats, qu'il s'agisse de papier couché ou de supports à structure, voire de papiers de couleur ou de film synthétique. En plus des quatre couleurs de base, la Linoprint CV permet de travailler avec du blanc couvrant, des laques à haute brillance et des couleurs d'appoint. Cette machine se signale encore par son excellent rapport prix/qualité et la variété de grammages qu'elle accepte... jusqu'à 350 g/m<sup>2</sup> ! De plus, elle nous permet d'imprimer des triptyques en A4 : le format maximum de ses tiroirs à papier est de 70 x 33 cm. Grâce à la fonction bypass, le format peut aller jusqu'à 120 cm. Ses possibilités d'application sont infinies. »



### LA LINOPRINT CV

Une Heidelberg Linoprint CV a été installée peu après le déménagement. Edward van der Keur : « Cet investissement de remplacement était planifié pour février 2016, mais nous avons avancé la livraison. Il était peu raisonnable de déménager l'ancienne machine pour la remplacer quelques mois plus tard. »

« La qualité d'impression de cette machine est non seulement parfaite, grâce au nouveau RIP Heidelberg dont elle est équipée, mais elle ménage une harmonisation optimale des couleurs offset et digitales. Le Digital Frontend de Prinect permet à la Linoprint de s'intégrer en qualité et en souplesse dans notre workflow. De plus, elle est encore plus rapide que notre presse numérique précédente. »

**DELE PRINTING**

# Digital Supreme

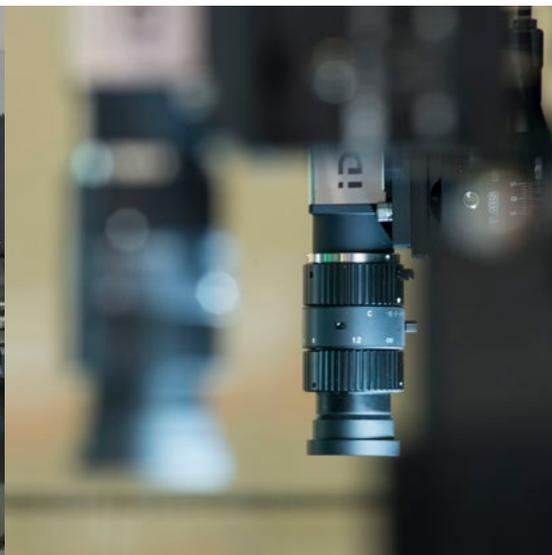
DeLe Printing, à Roeselare, est le résultat d'une série de fusions clôturées en 2012 entre les imprimeries Lammens & Maes et Dermaut. Le patron, Wesley De Kimpe, est un professionnel actif dans le domaine des arts graphiques depuis le tournant du millénaire. Son entreprise est aujourd'hui une petite unité dont les ambitions sont patentes, tant en qualité qu'en croissance. Avec l'arrivée toute récente d'une presse numérique Scodix Ultra Pro, la première de ce type en Belgique, De Kimpe balise son territoire d'élection : le digital haut de gamme.



DeLe Printing s'honore de servir tous les types de clients, du petit commerçant aux grosses firmes industrielles, quoique le BtC ne représente que 5% de son chiffre d'affaires. Wesley De Kimpe : « Nous n'avons pas de représentants. Les clients nous arrivent par le bouche-à-oreille, séduits par la qualité de nos réalisations et l'étendue de notre service. Nous couvrons essentiellement les deux Flandres et le Limbourg. Les agences – entre 10 et 20% de notre business et nos

interlocuteurs les plus exigeants – travaillent à distance, via PDF. Nos clients directs sont pour la plupart des entreprises locales. »

De Kimpe est imprimeur de formation. Pour lui et son épouse, les heures ne comptent pas. « Nous avons une personne au prepress, deux à la finition, et deux conducteurs. Pour ma part, je peux mettre la main à tout, y compris à la Scodix. »



*« Nous pouvons proposer des effets de cuir, de pierre, de bois, de buée... le tout avec un « look and feel » qui surprend tout le monde. Tout est possible. »*

#### **LE DIGITAL, CHOIX STRATÉGIQUE**

Le choix de la presse digitale Scodix n'est pas innocent. DeLe Printing cherche à faire de l'impression digitale une technique exclusive. « Le digital a la réputation d'être un mode d'impression bon marché. Je désire inverser cette image et tirer le marché vers le haut. Aussi, je cherche à identifier les limites du procédé et les lever une à une afin d'en tirer le meilleur. »

Wesley De Kimpe : « Nous sommes bien sûr équipés en offset. Mais l'impression digitale me fascine. J'ai acquis ma première presse numérique il y a trois ans et je cherche sans arrêt, essai après essai, à en tirer le meilleur. C'est par là que je compte assurer la croissance de mon entreprise. »

#### **QU'EST-CE QU'UNE PRESSE SCODIX ?**

Scodix est un constructeur récent sur le marché. Son créneau : l'ennoblissement haut de gamme par la réalisation de reliefs absolument étonnants. Ces presses digitales off-line à jet d'encre UV sont destinées à la production d'effets spéciaux sur imprimés de luxe comme les cartes de vœux, les badges, les emballages exclusifs, les impres-

sions publicitaires de prestige. L'utilisation de polymères liquides autorise tous les types d'ennoblissement en 3D, reliefs et semi-reliefs, jusqu'à l'impression Braille, tant sur les imprimés réalisés digital qu'en offset. Les presses Scodix offrent les plus hauts degrés de brillance du marché de l'imprimerie, des dépôts de polymères cent fois plus épais (jusqu'à 250 microns) que les vernis les plus performants, des densités de 1 % à 100 %, une gestion des registres d'une précision inégalée dans l'industrie et des effets d'optique et de texture sensationnels. La machine installée chez DeLe Printing peut travailler selon cinq épaisseurs de vernis, sans perte de vitesse. Le nettoyage des injecteurs à polymères est automatique. De plus, les presses digitales Scodix évitent aux imprimeries qui les utilisent la sous-traitance coûteuse de services de laminage, d'embossage, de gaufrage et de pose de films métalliques, pour ne citer que quelques techniques d'ennoblissement. Totalement digitaux, les matériels Scodix permettent l'impression variable. Et cela indifféremment sur imprimés numériques, feuilles offset et produits laminés.

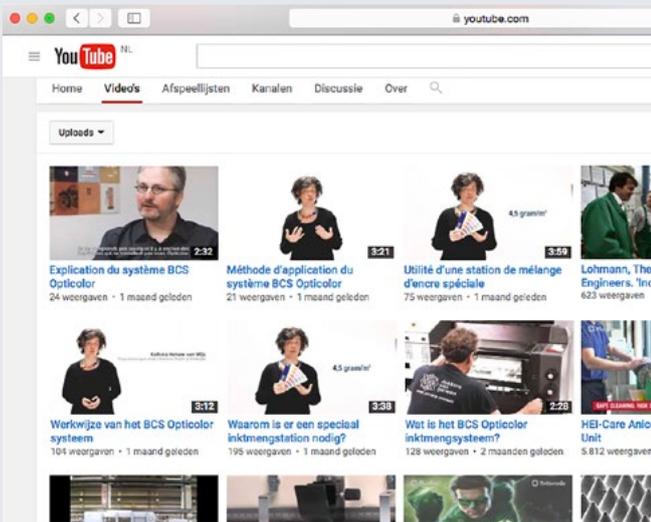
#### **DÉFINITIVEMENT SPECTACULAIRE**

« Pour l'ennoblissement de nos produits, nous devons auparavant sous-traiter le vernissage UV en sérigraphie, ce qui nous occasionnait des frais de transport et des pertes de temps considérables, surtout pour les petits tirages. Notre presse Scodix Ultra Pro a réduit ces coûts au minimum, ce qui rend nos produits bien plus compétitifs. De plus, ses temps de mise en route sont extrêmement courts et ses effets spectaculaires. »

Wesley De Kimpe : « J'ai découvert Scodix aux Portes Ouvertes de Plantin. Je cherchais une machine de ce type, et Scodix était incontestablement la meilleure sur le plan du registre et de la vitesse. Dès réception de la presse, j'ai fait réaliser un opuscule publicitaire mettant en exergue toutes ses possibilités. Cela nous a valu d'emblée quelques nouveaux clients. »

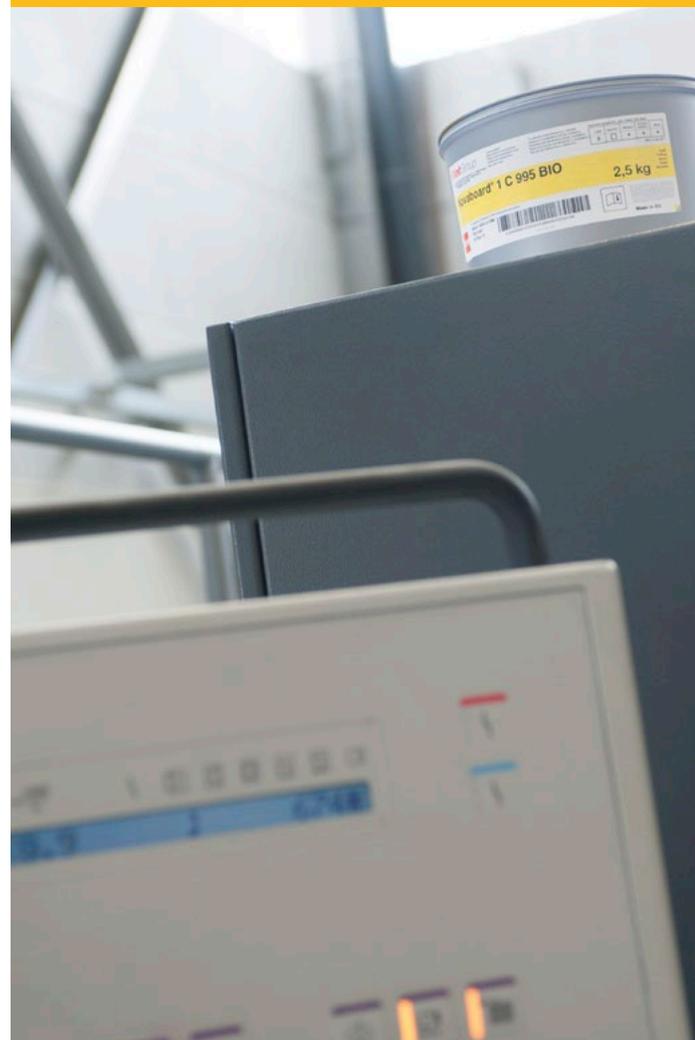
« La Scodix nous a conforté dans notre ambition d'évoluer vers le tout digital. Je suis convaincu que le procédé recèle encore des possibilités ; nous n'en sommes qu'au début. Et nous cherchons encore notre voie. Nous pouvons aller plus loin en termes de brillance, d'utilisation de feuillets métalliques, d'impression Braille et de codes-barres. Cela dit, les contraintes de papier, de support et d'entretien sont les mêmes qu'en offset. »

## LA STATION DE MÉLANGE D'ENCRÉS BCS OPTICOLOR EN IMAGES



A quoi sert une station spécialisée de mélange d'encres? Si vous voulez connaître la réponse à cette question, surfez sur Youtube.com et tapez BCS Opticolor. En trois courtes vidéos, Katinka Hetem van Wijk (Product Manager Ink & Chemicals) vous explique le pourquoi, le fonctionnement et les avantages de BCS Opticolor. Son exposé est illustré par Paperland (Bruxelles) et l'entreprise graphique Dekkers van Gerwen (Dordrecht). Ces professionnels vous expliquent pourquoi ils ont choisi le système de mélange d'encres BCS Opticolor. En plus de temps de mélange et de séchage plus courts et d'une meilleure stabilité sur presse, BCS Opticolor réduit es discussions avec les clients. Mais regardez plutôt les vidéos!

Petra de Boer, directrice de Ecodrukkers à Nieuwkoop, est une militante de la durabilité. « Il n'existe aucun secteur qui produise autant de déchets que les industries de la communication. Or, seule une fraction de nos efforts apporte une réponse exploitable. Nous pouvons donc faire mieux. Et apporter notre contribution à un monde meilleur. »





**ECOMEDIAGROEP**

*Les petits tirages sont rentables*

Ecodrukkers est une filiale à 100 % de Ecomediagroep. Cette entreprise graphique et de médias a été fondée en 1967. A côté de ses activités dans le domaine graphique, la firme comprend une division spécialisée en technologies de l'information et de la communication (Ecomediasolutions), un studio (Ecopublishers) et une participation dans une boîte de software active dans la gestion de données et des banques d'images. Le groupe est donc engagé dans trois secteurs : la gestion de données, la publication et l'impression. Dix-huit personnes travaillent à Nieuwkoop.

De Boer : « L'échange de connaissance et d'expérience entre nos filiales représente une formidable valeur ajoutée pour les donneurs d'ordres. Selon la mission, les départements d'Ecomediagroep travaillent seuls ou en collaboration. »

La clientèle de l'entreprise est diversifiée. Bien que les clients « verts » comme Climate Neutral Group, Natuurmonumenten et Urgenda soient largement représentés, on y trouve aussi des banques, des compagnies d'assurances, des marques de mode importantes et des entreprises de distribution. De Boer : « Les clients ne viennent pas chez nous uniquement pour nos options écologiques,

mais aussi pour notre manière de travailler, notre empathie, notre sens du détail et la qualité des relations personnelles. »

#### **PLUS EST MOINS**

« Cela peut sembler étrange dans la bouche d'un imprimeur, précise de Boer, mais l'imprimé le plus durable est un non-imprimé. En d'autres termes : ce qui peut ne pas être imprimé ne doit pas l'être. La philosophie qui sous-tend notre concept est la suivante : plutôt 10 fois un tirage de 1.000 qu'un seul tirage de 100.000. Nous y arrivons en faisant le lien entre les technologies de l'information et de la communication, l'édition et l'impression. Nous cherchons avec le client le meilleur mix entre médias online et produits imprimés. La condition, bien sûr, est de disposer de contenus originaires d'une seule et même source. »

Chez Ecomediagroep, l'innovation est un thème récurrent. S'y rapportent toutes les activités fondées sur l'amélioration des process qui visent à travailler de manière plus durable, plus qualitative et plus efficace. En d'autres termes : comment faire pour que les efforts de communication génèrent plus de résultats – et produisent moins de déchets ? C'est la responsabilité du Rob Wilders, directeur

*« Nous sommes convaincus que cette manière de concevoir l'imprimé nous ouvre un avenir en or. »*

général. Il constate que de plus en plus de professionnels de la communication luttent pour savoir comment atteindre leurs objectifs. Comment ramener les clients qui les ont quittés. Comment s'affronter à une clientèle de plus en plus exigeante. Comment attirer de nouveaux prospects, comment renforcer la relation avec les clients existants et s'assurer un meilleur retour sur investissement. La réponse est, selon Wilders, des plus simples : améliorer le matériel de communication et enrichir son contenu informatif. En se basant sur

la connaissance du client, ses comportements, ses préférences, ses centres d'intérêt, ses habitudes de décision et les arguments de vente auxquels il est sensible. « Cela exige d'approfondir les motivations et les besoins du client. Ouvrir de nouvelles voies qui soient pertinentes pour lui. Ecomediagroep facilite cette démarche en établissant des ponts entre la création, l'informatique, la production et le suivi des projets. Nous aidons nos clients à développer des solutions de communication plus efficaces et plus durables. »

#### **DE NOUVELLES VOIES**

Ecomediagroep s'est investi ces dernières années dans le développement de services online. Wilders : « Le rôle fonctionnel de l'imprimé a fort évolué. Ce qui était auparavant un instrument d'information autonome est devenu le plus souvent un moyen de générer du trafic digital. Il est dès lors important d'appuyer les moyens de communication l'un sur l'autre et de les faire jouer ensemble. »

C'est en cela qu'Ecomediagroep ouvre de nouvelles voies. L'entreprise se considère comme un fournisseur de services et s'efforce de rendre la communication cohérente. Il n'est pas impensable pour Wilders que les projets soient valorisés un jour en fonction d'une obligation de résultat. En témoignent le nombre de conversions réalisés par les clients sur les sites Internet.

#### **INVESTIR**

Petra de Boer : « C'est très clair : nous investissons résolument en connaissance et en innovation en vue de produire des imprimés qui soient aussi durables que possibles. L'installation récente d'une presse Heidelberg Speedmaster SX 74 à haute automatisation s'inscrit dans notre démarche. Cette machine nous permet de travailler de manière rentable sur des quantités limitées. Avec Easyplate, nous pouvons procéder à un changement de plaques dans les deux minutes, là où il en fallait de douze à quinze précédemment. Avec l'intégration via Prinect Pressroom Manager, les jobs se retrouvent automatiquement en machine et au moment requis. Ce qui rend la presse d'autant plus productive. Grâce à la mise au point préalable des données, nous avons réduit les temps de mise en route et diminué la passe. Un nouveau saut en durabilité ! »

Et de conclure : « Si nous poursuivons avec la même application et la même rigueur, nous pouvons infléchir les normes vers une meilleure durabilité. Ce sera, pour l'imprimé, un nouvel âge d'or. »





**& Magazine 15.2**  
**Achévé d'imprimé en novembre 2015**

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

Une publication de :

Heidelberg Benelux sprl  
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](mailto:info@plantin.be)  
[www.plantin.be](http://www.plantin.be)

Heidelberg Benelux bv  
Jool-Hulstraat 24, 1327 HA Almere  
Postbus 22134, 1302 CC Almere  
Telefoon +31 (0)36-524 10 11  
Telefax +31 (0)36-524 10 50  
E-mail: [info@tetterode.nl](mailto:info@tetterode.nl)  
[www.tetterode.nl](http://www.tetterode.nl)

*Coordination* Efreem Neveux

*Rédaction* Golem sa, Michel Oleffe  
Bureau Broekman, Cecile Janssen  
et Wim Broekman

*Typographie* Heidelberg Antiqua,  
Heidelberg Gothic

*Photos* Nicolas van Haaren et  
Giuseppe Toppers (Danto)

*Concept graphique* Ad hoc Design sprl,  
Guy-A. Schockaert et Julie Lay  
*Design graphique* [www.voltage.nl](http://www.voltage.nl)

*Traduction* Misty Meadows sa

Reproduction autorisée  
après accord écrit de l'éditeur.  
E-mail [redaction@plantin.be](mailto:redaction@plantin.be)

*Editeurs* [www.plantin.be](http://www.plantin.be)  
et [www.tetterode.nl](http://www.tetterode.nl)

Nederlandstalige uitgave op aanvraag.



Cette photo, réalisée par Nicolas van Haaren, le photographe attitré d'Esperluette, fait partie de l'exposition internationale #WeAreTheClimateGeneration. Cette exposition itinérante est visible en divers endroits de Belgique jusqu'à la mi-décembre. Elle sera ensuite montée durant la Conférence internationale sur le climat, à Paris où elle rejoindra des photographies similaires en provenance de six autres pays (Allemagne, Danemark, France, Italie, Royaume Uni et Turquie). L'exposition est constituée de portraits de famille issus de trois générations. La différence d'âge de 50 ans fait référence à la période qui nous reste sépare des grands changements climatiques à venir. « Nous sommes des influenceurs du climat, nous sommes la génération climat. »

Toutes les photos sont à voir sur : [www.weraretheclimategeneration.com](http://www.weraretheclimategeneration.com)

