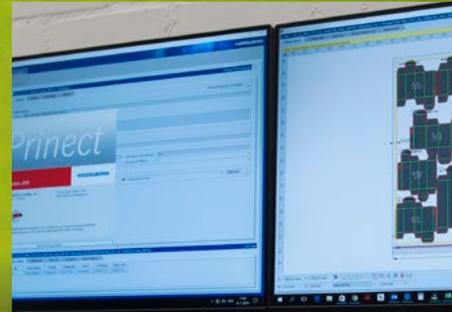


Esperluette

Le magazine de relations
de Heidelberg Benelux

16.1



PRINECT REPOUSSE LES FRONTIÈRES DE LA PRODUCTIVITÉ

L'ACCORD HEIDELBERG BENELUX ET GRAFOTRONIC

ISO 12647-2:2013, CE QUI CHANGE

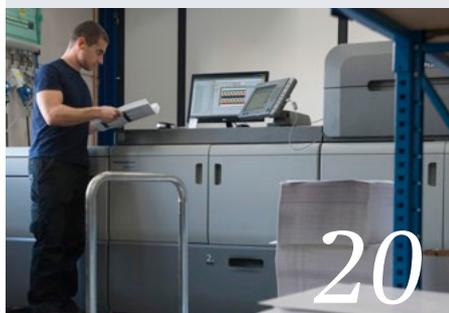
VERSAFIRE EN TOUTE POLYVALENCE

SPEEDMASTER XL 106 : LA NOUVELLE GÉNÉRATION

IMPRIMEURS D'EMBALLAGES : LES NOVATEURS



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.



SOMMAIRE

- 3 Avant-propos
- 4 Prinect repousse les frontières de la productivité
- 6 Grafotronic rejoint notre portfolio
- 7 Mieux équipée avec ISO 12647-2:2013
De Toekomst (Hilversum, NL)
- 10 Les pionniers du LED UV
SNEL (Vottem, BE)
- 12 Quand l'imprimé joue sur l'expérience et l'émotion
Grafisch Bedrijf Bokhorst (Nunspeet, NL)
- 14 Imprimer avec plaisir et passion
Drukkerij Manuel (Vaassen, NL)
- 16 Montée en puissance dans le postpress avec Masterwork
- 17 Un grand des petites quantités
Rutgers Printing & Packaging (Leiderdorp, NL)
- 18 Push to Stop
- 18 Prinect Color Toolbox
- 20 Les seuls en Belgique
Dhondt (Waregem, BE)
- 22 Production tous azimuts
Drukkerij Koopmans (Zwanenburg, NL)
- 24 Une machine qui comble toutes les attentes
Muller Visual (Amsterdam, NL)
- 26 Flint lance de nouvelles encres K+E

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.heidelberg.com/bnl/esperluette.



Durant la dernière drupa, il a été beaucoup question de notre logiciel de workflow Prinect et de l'intégration avec MIS. Les machines de notre portefeuille digital ont suscité un énorme intérêt durant la foire, entre autres la presse à feuilles B1 Primefire 106 – un matériel particulièrement bien adapté au secteur de l'emballage – et la Gallus Labelfire destinée à l'impression et à l'ennoblissement des étiquettes autocollantes. Les nouvelles plieuses rapides n'ont pas été en reste.

La digitalisation croissante – Prinect et notre philosophie « Push to Stop » (voir page 18) – caractérisent le développement de notre secteur, quand les entreprises graphiques évoluent vers des centres de production d'imprimés 4.0 entièrement automatisés. Nous avons, en cette année drupa, vendu plus de dix presses à feuilles équipées d'Intellistart, dans la même mouvance « Push to Stop ».

Heidelberg est persuadée que Prinect constitue, pour les industries graphiques, le prochain saut de rentabilité. Dans l'article d'ouverture de ce numéro d'Esperluette, le

General Manager Prinect, Anthony Thirlby, nous confie ses réflexions. De notre côté, nous avons étendu à quatorze professionnels notre équipe Prinect. Elle est spécialisée dans la mise en œuvre, l'accompagnement, l'entretien et la formation relatifs à ce prodigieux ensemble de logiciels de gestion du workflow.

Prinect DFE (Digital Frontend) joue un rôle crucial dans le succès de la Heidelberg Versafire. Grâce à ce RIP Heidelberg, assorti d'un Color Management, l'offset et le digital rivalisent de qualité. Dans ce numéro, les imprimeries Dhondt et Koopmans témoignent – entre autres – de leur expérience dans le domaine de l'impression numérique. D'autres entreprises graphiques attestent ici de leur parcours. De l'imprimerie traditionnelle au LED UV, du renouveau dans la réalisation d'emballages à la production tous azimuts.

Je vous souhaite une excellente lecture, de belles fêtes et une superbe année 2017.

Wolfgang Roth
Managing Director Heidelberg Benelux

Prinect repousse les frontières de la productivité



Depuis mai 2016, Anthony Thirlby a endossé le costume de General Manager Prinect. Sa mission est de veiller aux destinées internationales du célèbre package de gestion de workflow développé par Heidelberg. Véritable gisement de productivité, Prinect permet aujourd'hui aux entreprises d'engranger de nouveaux et importants bénéfices. Thirlby, qui a lui-même géré des entreprises graphiques de toutes tailles avant de travailler plusieurs années comme consultant, prétend qu'un nouveau modèle de gestion est en train d'émerger. Il offrira de meilleurs rendements aux imprimeries... même aux plus petites.

Smart
Automation/
Integration

& : Prinect a bientôt 20 ans. L'expérience accumulée est immense. Comment les entreprises du Benelux peuvent-elles en bénéficier pour doper leur productivité et augmenter leurs bénéfices ?

Les entreprises doivent d'abord bien comprendre comment s'organisent leurs processus internes et comment elles parviennent à équilibrer leurs plates-formes commerciales et opérationnelles. Elles peuvent alors commencer à mesurer efficacement leurs bénéfices via ce que nous appelons des « touch points » – des points de contrôle entre imprimeurs et clients. Une organisation qui ne mesure pas ces jalons risque fort de compromettre sa capacité à dégager de la productivité et de nouveaux revenus. Dans une imprimerie moyenne, on compte approximativement 15 « touch points » avant d'imprimer une première feuille.

Vos solutions sont-elles ouvertes à tous les types d'imprimeries ? Même aux petites ?

Il existe plusieurs façons de démarrer, de formaliser une organisation au moindre coût, et d'évoluer ensuite. Dans les industries graphiques, chaque chef d'entreprise sait aujourd'hui qu'il y a des limites au modèle traditionnel. Les machines ont plus ou moins atteint leurs limites en termes de vitesse. Et elles sont chères. Il devient absolument crucial de pouvoir en tirer le maximum. Beaucoup de nos entreprises sont à la croisée des chemins : investir (oui, mais jusqu'à quel niveau ?), automatiser ou quitter le marché. Prinect est la seule voie encore capable de dégager de nouveaux seuils de rentabilité.

Ces options ne risquent-elles pas d'enfermer les imprimeries dans un système ?

Nous n'avons jamais considéré le partenariat et le support comme un enfermement. En réalité, les imprimeries – grandes et moins grandes – sont toutes à la recherche de meilleurs rendements. Ce qui revient à tirer le meilleur de leurs équipements, affiner leurs organisations, organiser au moindre coût les tâches répétitives. Automatiser est une question de stratégie. Beaucoup de dirigeants sont trop centrés sur leurs machines. Chez Heidelberg, nous sommes en position d'ouvrir de nouvelles pistes d'efficacité. Démarrez modestement, croissez avec nous... ou avec d'autres parte-

naires. Nous pouvons intégrer nos logiciels à ceux des principaux fournisseurs de MIS et proposer les formats XML, JDF et JMF requis par tous les intervenants certifiés. Prinect est une solution ouverte et non contraignante. Nous sommes ouverts à toute forme de partenariat.

Il n'empêche que beaucoup d'entreprises du Benelux considèrent Prinect comme trop lourd pour les petites et moyennes organisations.

J'ai démarré dans l'imprimerie avec des entreprises dont le chiffre d'affaires était inférieur à cinq millions d'euros. Durant les deux dernières années de mon job de consultant, j'ai mis un point d'honneur à travailler sur des sociétés de moins de 25 personnes. Mon expérience m'a appris que les pressions qui existent dans les grandes organisations industrielles sont les mêmes que dans les autres secteurs des industries graphiques. Les temps de réaction, le choix des plates-formes techniques, la pression sur les prix sont des préoccupations pour toutes les entreprises. A chaque imprimerie qui a besoin d'adapter sa position à l'évolution du marché, Prinect propose un chemin de développement. Depuis le lancement de Prinect DFE (Digital Frontend), nous pouvons offrir un seul système d'exploitation à nos clients qui optent pour un environnement hybride (analogique et digital), assurant une parfaite continuité en termes de workflow et de color management. Nous avons récemment annoncé un *Production Manager* qui propose à toutes les imprimeries le choix entre une prise de licence ou une location pour les logiciels dont elles auraient l'usage. Ce système permet à nos utilisateurs de croître avec leurs clients et d'aligner clairement leur organisation sur leurs marchés et sur les tendances dynamiques du futur.

Pouvez-vous approfondir les structures de prix ?

Chaque entreprise graphique travaille avec un système de prix fondés sur les volumes d'une part et les majorations de service d'autre part. Les technologies actuelles offrent à nos utilisateurs un large choix de solutions permettant un retour sur investissement correct. La principale chose pour une entreprise graphique est de s'assurer qu'elle recouvre bien ses frais opérationnels. Pour des raisons historiques, le métier considère la presse

Business
Manager

Analyze
Point

Reduce
touchpoints

Drive
productivity
and uptime

Scheduler

GRAFOTRONIC REJOINT NOTRE PORTFOLIO



Heidelberg Benelux a conclu un accord de collaboration avec Grafotronic, un producteur de solutions de façonnage pour l'industrie des étiquettes.

Grafotronic est un département du groupe suédois Wasberger, fondé en 1971. Cette entreprise en plein développement fournit dans le monde entier des machines et des solutions de pointe pour le domaine des rotatives à laize étroite. Son fondateur, Per Ake Wasberger, a fondé Grafotronic en 2004 afin de fournir des matériels innovants et rentable destinés au façonnage des étiquettes. Depuis sa création, Grafotronic a installé plus de 500 machines dans une cinquantaine de pays.

En 2015, l'entreprise a investi dans le développement d'une toute nouvelle série de machines modulaires. Cette deuxième gamme, construite avec l'aide des technologies les plus avancées, se caractérise par des temps de mise en route courts et une très haute productivité. Le site de construction de ces machines se trouve à Varsovie, dans des ateliers de 1200 m² répondant aux technologies d'assemblage les plus novatrices.

La gamme Grafotronic pour l'industrie des étiquettes comprend les matériels suivants :

- Grafotronic HI² | Inspection Slitter / Rewinder
- Grafotronic CF² | Compact Digital Finishing
- Grafotronic DCL² | Modular Digital Finishing
- Grafotronic PHARMA² | Re-inspection
- Grafotronic DC² | Modular Die Cutting
- Grafotronic SR² | Slitter / Rewinder

Le partenariat entre Grafotronic et Heidelberg Benelux nous permet d'offrir dorénavant des solutions de façonnage adaptées aux producteurs spécialisés d'étiquettes.

Vous désirez en savoir plus ? Prenez contact avec Jorge Denaux, Product Specialist Label Business Benelux via jorge.denaux@heidelberg.com. Ou allez consulter le site grafotronic.se.

PPM/PRM/
POM

Reduce waste
and inventory

Optimize
consistency and
repeatability

Portal/
Web Shop

DFE/DPM

Production
Manager

comme le principal pourvoyeur de rendement. Toutefois, un meilleur positionnement commercial ne peut se construire que si la totalité de l'organisation est prise en considération et contribue au rendement. Pour mobiliser à la fois l'excellence opérationnelle et l'innovation, il faut savoir que, si l'automatisation peut soutenir les volumes, seule l'innovation peut garantir les marges.

La gestion de Prinect suppose la présence de professionnels hautement spécialisés. Où ces compétences sont-elles disponibles? Quel type d'entreprise peut s'offrir ce genre de collaborateur?

Il n'y a aucun doute là-dessus: gérer un système d'intégration de haut niveau exige de nouvelles compétences comme l'informatique et l'analyse. Je suis convaincu qu'il faut un mélange équilibré entre compétences traditionnelles et futures. Notre mission est de protéger ces aspects lorsque nos clients entament la transition vers une automatisation partielle ou totale. Quel que soit le système développé, il doit prendre en compte les exigences de l'interlocuteur à la fois du point de vue des affaires et des besoins futurs de sa clientèle.

Quel est le taux de pénétration de Prinect? Une concurrence existe-t-elle? Heidelberg garantit-elle un amortissement rapide de ces logiciels?

Nous avons naturellement des concurrents sur l'un ou l'autre module. Par contre, à part Heidelberg, personne ne propose un workflow pleinement intégré, un color management universel, un MIS, 25 fonctions pré-réglées par presse, Compucut, une analyse et des statistiques pour chaque unité d'impression, un Postpress Manager, un DFE en digital et en analogique, etc. Avec Heidelberg Assistant, nous disposons d'une offre entièrement digitale, de la réception d'une demande au produit fini, avec une transparence totale des données et des aspects de service, en amont comme en aval. Nous développons encore des fonctionnalités pour les secteurs des étiquettes et du carton plié: nous avons déjà plus de 700 clients dans le monde actifs dans ce domaine. Avec le formidable CERM, nous disposons d'une des solutions MIS les plus évoluées pour le marché des étiquettes.

Quelle est votre vision personnelle du futur en tant que General Manager Prinect?

Prinect va continuer à faire en sorte que les besoins de nos clients soient non seulement rencontrés mais stimulés avec les nouveaux modules que nous allons mettre sur le marché. Dans un secteur en turbulence, où les tirages deviennent de plus en plus courts et où les techniques d'impression se bousculent, nous devons veiller à ce que notre plate-forme assiste et améliore la transition. Nous avons la possibilité de libérer les capacités de nos clients, d'accroître et d'optimiser leurs process, de garantir, en plein partenariat avec eux, la réalisation des meilleurs produits tout en assurant un contrôle complet d'un bout à l'autre de la chaîne graphique. Les aspects commerciaux et de production vont fusionner selon quatre axes: contrôler la productivité et les durées, réduire le nombre de « touch points », réduire la gaspillage et les inventaires, assurer la cohérence et la répétabilité.

Anthony Thirlby: « Vers l'impression autonome »

« La prochaine étape naturelle de Prinect sera de développer un OTM (One Touch Manufacturing) et un BIP (Business Intelligence Platform). Pour nos clients, les points de tension sont partout, de l'estimation au produit fini. En considérant la sensibilité aux marges de nos industries et les délais en érosion, nous développons Prinect de manière à soulager les étapes non-fonctionnelles et à apporter à nos clients une assistance aux meilleures pratiques qui sont censées apporter les rendements adéquats. Le stade suivant sera l'impression autonome, concrétisée par le « Push to Stop ». Prinect va autoriser les décisions commerciales et de production autonomes, de manière à permettre à nos clients de se concentrer sur leurs marchés et non d'être constamment prisonniers des aspects opérationnels.

DE TOEKOMST

Mieux équipée avec ISO 12647-2:2013



De Toekomst est une société de communication à services complets installée à Mediastad Hilversum. Elle compte quelque 700 clients de par le monde et une quarantaine de collaborateurs travaillant sur des médias online et divers imprimés.

Jan Roos, le directeur: « Nous nous positionnons comme une entreprise informatique de haut vol. Cela dit, nous assistons parallèlement à une stabilisation, sinon à un intérêt croissant pour le marché des imprimés. Nos clients professionnels exigent, et de plus en plus, de la qualité, de la prédictibilité et des temps de réalisation plus courts. En interne, nous avons de surcroît le désir de renforcer le contrôle sur notre processus de production. Raison supplémentaire de recourir aux normes ISO 12647. Nous avons bénéficié pour y arriver du soutien de Heidelberg Benelux. Aussi sommes-nous aujourd'hui encore mieux équipés pour souscrire quotidiennement aux normes de qualité les plus hautes. Entre-temps, nous avons aussi emporté la certification NEN-ISO 12647-2 :2013. Cette reconnaissance nous emplit de fierté. »

De Toekomst disposait depuis longtemps d'autres certifications dont ISO 14001 et 27000 (1 et 2), Climate Calc, FSC, Arbo Ri&E et des normes d'achat durable de la Fondation Grafimedia. Question dès lors: pourquoi l'entreprise ne s'est-elle pas engagée plus tôt dans l'ISO 12647? Le fils du directeur, Eric Roos: « Il n'y a avait tout simplement pas de demande. Et comme le parcours de certification exige pas mal de temps et d'énergie, nous avons attendu. Et puis, le moment est venu. De plus en plus de clients l'exigent. De surcroît, le chemin de certification offre de très intéressantes possibilités d'améliorer la collaboration technique avec d'autres imprimeurs. Nous pouvons faire valoir cette reconnaissance à la fois pour nous attirer de nouveaux clients et accessoirement éviter des discussions relatives à la qualité. En interne, nous avons optimisé tout le processus,



ISO 12647-2:2013 : ce qui change

ISO 12647-2 spécifie une série de paramètres et de valeurs relatives à la séparation des couleurs, aux formes à imprimer et à la production pour l'impression quadri sur presses offset à feuilles. Son but est, entre autres, de garantir le spectre des couleurs, d'optimiser et de faciliter la collaboration entre les entreprises du monde graphique et des médias. L'ancienne norme ISO était dépassée car elle reposait sur des techniques vieilles. ISO 12647-2:2013 est parfaitement alignée sur le fonctionnement actuel des industries graphiques. Les courbes colorimétriques ont été rectifiées car le CtP est devenu d'usage courant. Les adaptations de calibration ont été réduites, ce qui facilite grandement le travail.

Le nouveau standard prévoit aussi une meilleure description des types de papier actuels. De plus, huit nouvelles séries de références de couleurs sont prises en compte, avec les courbes correspondantes d'accroissement des valeurs colorimétriques. Plus important encore: l'influence des agents de blanchiment optique (OBA) est intégrée au niveau de l'épreuve et des substrats offset. Les agents de blanchiment optique exercent un effet d'éclaircissement qui rend le papier plus « bleu » à la mesure. ISO 12647-2:2013 utilise les normes d'éclairage ISO 3664:2009 et ISO 13655:2009 pour la mesure spectrale. Les agents de blanchiment optique sont donc mieux pris en considération que dans les éditions précédentes. Cette modification exerce une influence sur les profils ICC et les données de caractérisation, ce qui permet une comparaison beaucoup plus fiable entre l'épreuve et les papiers influencés par les OBA. Les premiers standards d'impression résultant des changements ont été entretemps publiés :

- FOGRA51 – PSO Coated v3 – Premium coated papier (ISO 12647-2:2013 PC1)
- FOGRA52 – PSO Uncoated v3 – Wood-free uncoated white paper (ISO 12647-2:2013 PC 5)

Vous désirez en savoir plus sur ISO 12647-2:2013 ? N'hésitez pas à prendre contact avec votre Account Manager. Les spécialistes de Heidelberg Benelux peuvent vous soutenir et vous accompagner lors de la mise en route de la nouvelle norme dans votre entreprise. Il est aussi possible d'obtenir une certification via Heidelberg, de manière à offrir à vos clients la garantie que vous produisez bien selon ISO 12647-2:2013.

« Nous pouvons faire valoir cette reconnaissance à la fois pour nous attirer de nouveaux clients et accessoirement éviter des discussions relatives à la qualité. »

de l'épreuve à l'impression. Nos conducteurs travaillent aujourd'hui exactement selon les mêmes procédures. Et cela s'inscrit parfaitement dans notre démarche de qualité. »

UNE ENTREPRISE FAMILIALE

Eric représente la troisième génération des Roos. Avec Koos (le frère de Jan), et ses fils Nick et Bob, eux aussi actifs au sein de De Toekomst. « Nous avons chacun notre spécialité, nous confie Eric. Je termine ma formation en Economie Commerciale à la Haute Ecole d'Amsterdam et je me destine à la vente et au marketing. Nick et Bob se trouvent au cœur de notre informatique. Nos solutions crossmedia sont développées en interne. C'est unique pour une entreprise comme la nôtre. »

Jan Roos: « Koos et moi trouvons remarquable que nos fils nous emboîtent le pas, quoique cela n'ait jamais été de soi. Ils ont reçu leur chance, mais c'est à eux de la concrétiser. Nous profitons de leur enthousiasme et des idées neuves qu'ils amènent. »

SE DISTINGUER

Un concept qui revient souvent chez De Toekomst est la capacité à se distinguer. Jan Roos: « Je suis convaincu que seules les entreprises qui offrent une valeur ajoutée claire seront en position de faire face aux changements incessants du marché. Nous nous distinguons non seulement parce que nous sommes des spécialistes des arts graphiques, mais parce que nous avons une vision claire de la communication crossmedia. Nous élaborons ici des médias qui offrent de l'impact et de la réactivité. Pour la plupart de nos clients, nous sommes des partenaires avant d'être des fournisseurs. Nous pensons véritablement « avec » eux. Pour eux, le branding devient de plus en plus important. Lui donner, au propre comme au figuré, une forme véritable est au bénéfice de tous les intervenants. Nous nous concentrons sur des entreprises qui, comme nous, veulent se profiler clairement dans le marché, qui se réjouissent d'une communication différenciée qui leur donne l'occasion de montrer qu'ils sont véritablement. Les clients qui achètent un prix vont d'un fournisseur à l'autre, à la recherche des meilleures conditions. On trouve toujours meilleur marché. »

Et de conclure: « Ce qui interpelle beaucoup de nos interlocuteurs, c'est notre engagement sans concession envers la durabilité et notre approche pratique des règles permettant de limiter l'empreinte écologique des imprimés. »

Cette imprimerie super-équipée, active dans le domaine de l'édition et du labeur, vient de franchir un nouveau seuil d'efficacité avec l'installation d'une Heidelberg Speedmaster 106 8-couleurs LED UV, la première au Benelux. Quelques semaines après, une seconde Speedmaster a été installée. Ces deux presses-là en remplaceront quatre autres! Gains de productivité escomptés : de 25 à 30%.

SNEL

Les pionniers du LED UV



SNEL est une imprimerie impressionnante, sise à Vottem, sur les hauteurs de Liège. Son parcours est exemplaire. Née en 1990, la Société Nouvelle d'Édition Liégeoise a tourné quelques années dans les milieux du noir et blanc avant d'être reprise, cinq ans plus tard, par Flavio De Beni et Roland Soubras, tous deux nés dans le sérail.

UN DÉVELOPPEMENT EXPONENTIEL

D'emblée, les deux administrateurs décident de jouer la carte industrielle et d'étendre le service au client. Dès 1998, SNEL passe à la couleur – Flavio De Beni n'est-il pas issu du monde de la

photogravure! L'année suivante, l'entreprise se dote d'un parc de finition et de routage. Le business se développe, porté par un bouche-à-oreille plutôt flatteur et une spécialité: le dos carré collé. La machine industrielle s'emballe tant et si bien que, son parc machines renouvelé, l'entreprise, qui se trouve à l'étroit dans ses locaux du centre-ville, s'installe à Vottem en 2006. Le chiffre d'affaires des débuts a été multiplié par trois. Au début de l'année 2010, dans le cadre de l'acquisition d'une imprimerie, le parc machines de SNEL s'est enrichi d'une machine Heidelberg 10 couleurs.



La firme se trouve à un tournant. Roland Soubras : « Le marché était en train de changer. La guerre des prix faisait rage. Le digital se généralisait, de même que la concurrence d'Europe Centrale. Nous devions jouer d'autres cartes : la qualité et la productivité. »

CHOISIR LA PRODUCTIVITÉ

Le choix des nouveaux équipements se porte sur Heidelberg, pour le professionnalisme du support technique et les exceptionnelles qualités d'automatisation des presses. Stéphane De Beni, fils de Flavio : « Heidelberg propose une intégration complète, idéalement conçue pour les besoins des imprimeurs. A travail égal, notre productivité a crû de 25 à 30%. » Pourquoi avoir choisi une presse équipée en LED UV, la deuxième en fait à être installée dans le monde après l'Allemagne? Roland Soubras : « C'est indiscutablement une technologie d'avenir. De plus, nous devons faire face à d'énormes problèmes d'engorgement. Notre Heidelberg Speedmaster XL 106-8 LED UV offre, en qualité offset, la même souplesse qu'une presse digitale. Ses temps de calage sont exceptionnels et elle accepte sans problème les papiers non couchés et les substrats synthétiques. » Avec l'arrivée de la Speedmaster XL 106 conventionnelle 5-couleurs plus vernis, ces deux nouvelles presses Heidelberg en ont remplacé quatre autres. La rapidité des changements de jobs – quelques minutes! – et le séchage instantané des feuilles ont fait monter en flèche la productivité des ateliers. L'imprimerie consomme quelque 60.000 plaques par an!

UN SERVICE ET DES AMBITIONS

Roland Soubras : « Nous sommes la seule imprimerie de Wallonie à tout maîtriser en interne, jusqu'au publipostage. Notre équipe de photograpeurs apporte à nos clients un support maximum – et même des formations – en gestion des fichiers et maîtrise de la couleur. Nous mobilisons les techniques les plus évoluées en matière de rendu et notre science des vernis nous permet d'offrir des solutions d'ennoblissement que peu de concurrents peuvent aligner. Notre parc de façonnage et de finition est techniquement très au point : nous proposons tous les types de reliures spéciales. Nous avons un bureau à Paris et nous projetons de nous étendre sur Bruxelles, la Flandre et la France. L'entreprise occupe 70 personnes, toutes engagées pour un meilleur service. »

A gauche Roland Soubras et à droite Stéphane De Beni.

Qu'est ce que le LED UV?

La technologie LED UV fige l'encre d'impression par polymérisation, autorisant un séchage instantané sur pratiquement tous les types de supports.

Le procédé de séchage LED apporte aussi de belles économies en énergie. Les diodes ne sont en effet activées que sur les surfaces imprimées et s'éteignent aussitôt (instant-on/-off). L'économie en électricité peut atteindre de 70 à 90% par rapport à la technologie UV traditionnelle.

Les mots colorent ma journée. Les images illuminent mon savoir. Ce texte figure sur la façade de la Grafisch Bedrijf Bokhorst à Nunspeet (NL). Elle illustre parfaitement l'identité de l'entreprise. « Le type d'imprimés que nous réalisons apporte à la fois de l'expérience et de l'émotion. Il peut s'agir d'un emballage, mais aussi d'un programme de fidélisation. » Entretien avec le directeur, Sven Bokhorst, et le responsable commercial, Dries Huisman.

GRAFISCH BEDRIJF BOKHORST

Quand l'imprimé joue sur l'expérience et l'émotion



L'entreprise est présente sur trois terrains: les imprimés commerciaux, les emballages et étiquettes et les promotions sur le lieu de vente. « L'avantage de ce mix, nous assure Sven Bokhorst, est de nous rendre moins sensibles aux mouvements de conjoncture. »

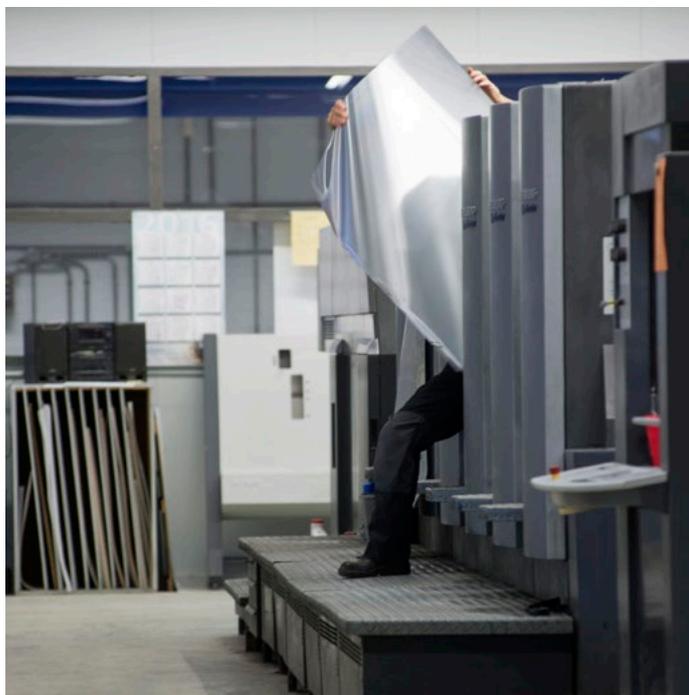
La Grafisch Bedrijf Bokhorst travaille aussi bien pour des producteurs d'emballages (boîtes pliantes et cartonnage), des clients dans l'alimentaire et le retail qu'avec des entreprises régionales. Huisman: « Nous avons une clientèle fidèle à laquelle nous sommes reconnaissants. Les nouveaux clients nous arrivent par recommandation. Nous disposons aussi d'un réseau actif et nous nous faisons connaître au travers du parrainage sportif ou culturel. »

UNE SPÉCIALITÉ : L'EMBALLAGE ALIMENTAIRE

Sur le plan du packaging, la firme s'oriente nettement vers l'emballage alimentaire. « Nous avons commencé avec une laiterie à Nunspeet – reprise par Nestlé entretemps – et notre expérience dans ce domaine a déterminé l'élargissement de la part de cette spécialité dans notre chiffre d'affaires », ajoute Bokhorst. Bien évidemment, l'entreprise souscrit à toutes les exigences relatives à la production d'emballages qui viennent au contact des aliments. Il n'empêche que chaque jour apporte son lot de défis. Récemment, un producteur d'emballages a posé la question de savoir si l'on pouvait appliquer sur un imprimé une laque d'ennoblissement inoffensive, résistante à 230 degrés. Mieux, cette laque ne pouvait être ni trop lisse

A gauche Dries Huisman et à droite Sven Bokhorst.

« La Speedmaster CD 102 reste pour nous la presse parfaite. »



ni trop brute. « Quand on nous pose de telles questions, nous nous tournons toujours vers Heidelberg Benelux. Leurs spécialistes savent avec précision ce qui est possible. Leurs avis et leur accompagnement nous sont précieux. Rien d'étonnant à ce que nous ayons prolongé de trois ans notre contrat consommables avec eux. Nous nous sommes tournés entretemps vers les nouvelles plaques thermiques sans chimie Saphira NA 200 de Heidelberg. Ces plaques utilisent encore moins de gomme et d'eau que celles de la génération précédente, ce qui correspond à nos options environnementales. »

TOUTE EN SOUPLESSE

Selon ses dirigeants, une des caractéristiques qui distingue la Grafisch Bedrijf Bokhorst de ses concurrentes est son extrême flexibilité. Mais qui, dans les industries graphiques, ne la revendique pas ? Huisman : « Sans doute. Mais il y a loin de prétendre à concrétiser. Un certain nombre de nos clients se plaignent du manque de flexibilité de quelques collègues. Un exemple. Imaginez que votre client – dans ce cas une firme dans l'alimentaire – décide de changer une de ses lignes de production parce que la demande a évolué de manière inattendue d'un produit vers un autre. Or, il apparaît que les étiquettes du second ne sont pas en stock suffisant. Nous pouvons adapter immédiatement notre planning de production, de manière à permettre au client de poursuivre. »

Diverses Heidelberg Speedmaster occupent l'atelier, dont une deux-couleurs Speedmaster 52. Les impressions pour l'embal-

lage sont réalisées sur une 5-couleurs Heidelberg Speedmaster CD 102 avec laque. Les collaborateurs de l'imprimerie travaillent de 70 à 75% en trois équipes, histoire de pouvoir rattraper le volume des commandes. Bokhorst : « La CD 102 reste pour nous la presse parfaite. La qualité et la vitesse de production sont élevées, les temps de mise en route sont courts et la gamme de supports admis très large. Nous pouvons imprimer jusqu'à 1 mm d'épaisseur. »

DE NOUVEAUX TERRITOIRES

L'entreprise de 15 personnes vient de fêter ses 83 ans. Elle ne se contente pas de gérer sa production en souplesse. Elle cherche à générer plus d'affaires en pilotant un programme de fidélisation et d'épargne dans une quarantaine de supermarchés, cela avec la collaboration d'un Dolfinarium. Et Huisman de produire un exemple : un magazine auquel ont été apportées... de l'émotion et de l'expérience. La couverture est réalisée avec un laminat caressant, « comme une peau de dauphin. » Une laque UV est utilisée pour obtenir un effet tactile sur l'image de l'animal. L'intérieur du magazine fait la part belle à diverses techniques : Layar (une application son et image), laminage 3D, laque UV avec grain imitant une peau de reptile et encres aromatiques. Différents endroits sont prévus pour apposer les autocollants récoltés. La formule remporte un grand succès et des programmes d'épargne de même type sont en développement. Huisman : « Nous y voyons plus de potentiel encore. De là, la création de PromUnique BV, un bureau de promotion pour le commerce de détail, qui se spécialise dans l'organisation de programmes d'épargne pour les consommateurs. Nous cherchons à créer de nouvelles expériences dans les magasins. Avec un design attractif et l'utilisation de techniques de production exclusives, nous arrivons à exciter les sens du consommateur et renforcer son comportement d'achat. De plus, cela amène du travail supplémentaire à la Grafisch Bedrijf Bokhorst. »



DRUKKERIJ MANUEL

Imprimer avec plaisir et passion



Depuis qu'il a repris l'entreprise en 2005, son chiffre d'affaires a crû de 350%. « Je parcours tous les coins du pays pour y arriver », nous confie le directeur Erik de Gier. « Je n'ai pas de représentants car personne ne peut vendre ma boîte aussi bien que moi. Par contre, je m'embarrasse très peu des détails de production. »

Nous visitons la Drukkerij Manuel à Vaassen, près d'Apeldoorn (NL). L'entreprise comptait cinq personnes à ses débuts ; ils sont aujourd'hui quatorze. Il y a sept ans les installations ont été agrandies et leur surface doublée. Mais cet espace est devenu trop exigu à son tour et un magasin de 150 m² a dû être loué en face.

De Gier : « Le travail est dur et la pression sur les prix est forte. On peut s'en plaindre, mais cela n'y changera rien. Mieux vaut rester joyeux et agir. »

LES MEILLEURES PRESSES

Cette philosophie semble fonctionner. Une grande partie des presses travaillent pour l'instant en continu, avec plusieurs équipes. L'imprimerie dispose de trois Heidelberg Speedmaster 52 : deux-, quatre- et cinq-couleurs. Une benjamine, une SM 52-4, est arrivée en avril 2016. Elle est équipée d'un dispositif de lavage automatique des encrriers, des blanchets et des cylindres de contrepression. Ce qui diminue significativement les temps de nettoyage.

Quand De Gier a repris l'imprimerie, le parc-machines avait une tout autre allure. « Nous travaillions avec une marque de troisième rayon. Nos conducteurs trouvent aujourd'hui leur sort enviable car les Heidelberg Speedmaster sont pour eux ce qu'il y a de mieux. Maintenant que nous avons remplacé la dernière presse, la flexibilité a grimpé en flèche en raison du niveau optimal d'interchangeabilité que nous avons atteint. La nouvelle presse est aussi de 20 à 30% plus efficace que l'ancienne. Prinect Pressroom Manager et Prinect Integration Manager apportent également leurs pierres à l'édifice. »

MISER SUR LA VALEUR AJOUTÉE

Et de poursuivre : « Nous produisons en interne la quasi-totalité de nos imprimés, ce qui explique le niveau de notre valeur ajoutée, que je situe entre 55 et 65%. Nous sous-traitons très peu, même s'il s'agit de 300.000 feuillets. Nous ne nous tournons vers les collègues que lorsque c'est techniquement impossible pour le prix convenu. Au cours des années, nous avons noué d'excellentes relations avec des imprimeurs actifs dans les grands formats. Nous gardons le façonnage simple et ne faisons appel à des firmes spécialisées que pour les cas complexes. J'ai externalisé la livraison de nos imprimés auprès de GLS, à ma totale satisfaction. Un système de géolocalisation nous permet de savoir en permanence où en sont nos expéditions. »

UNE CLIENTÈLE FIDÈLE ET DIVERSIFIÉE

« Parce que nous travaillons bien et que nos prix sont corrects, nous nous sommes constitué un cercle de clients loyaux de quelque 700 entreprises et institutions. Aucun client ne représente plus de 6% de notre chiffre d'affaires. Cette répartition est aussi intelligente qu'utile : si un donneur d'ordre disparaît, la perte n'est jamais vraiment douloureuse. Le type de clientèle est, lui aussi, très diversifié. Cela va des bureaux de publicité aux PME régionales, en passant par un grand hôpital et une chaîne nationale de magasins de mode. Nous déchargeons nos clients de tous leurs soucis en matière d'impression. Cela marche si bien que nos clients sont devenus nos ambassadeurs. »
Un exemple ? « Pour un hôpital important, nous avons mis en place un site de commande en ligne, de manière à permettre une prise en charge rapide et efficace des imprimés courants. Nous avons développé ce système nous-mêmes. Bien sûr cela coûte du temps et de l'argent, mais cela nous garantit une collaboration durable avec le client. »

LE FUTUR ?

De Gier est depuis une trentaine d'années dans le business. Lui, qui a débuté comme élève-imprimeur, déborde toujours d'enthousiasme. Il montre avec enthousiasme et fierté quelques-unes des réussites de la Drukkerij Manuel. Comment garde-t-il le feu sacré ? « Bien sûr, il m'arrive d'être fatigué des tracasseries sur les prix et les salaires. Pour garder le plaisir, il m'arrive de travailler de chez moi. Je trouve toujours formidable de m'occuper d'imprimés. J'espère pouvoir le faire encore longtemps. »



MONTÉE EN PUISSANCE DANS LE POSTPRESS AVEC MASTERWORK



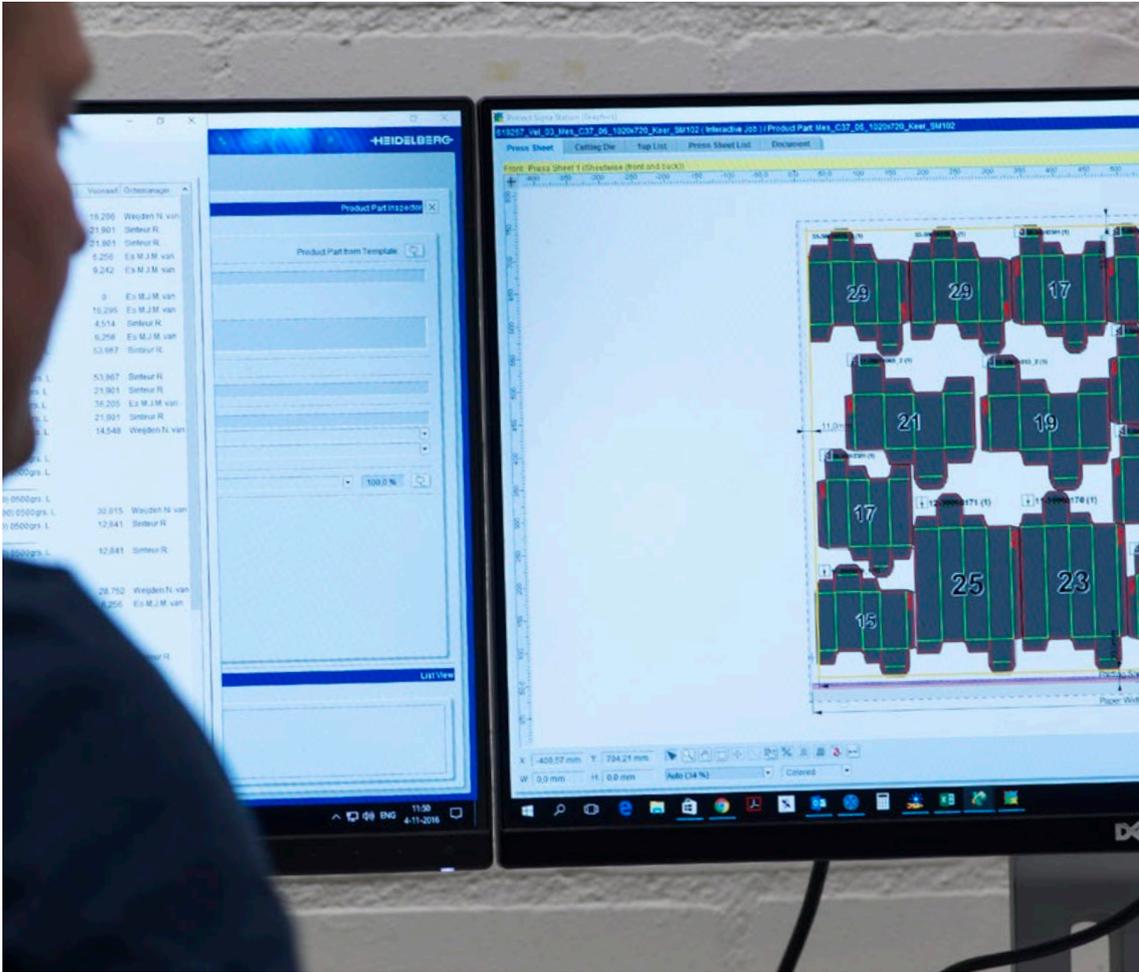
Le partenariat stratégique dans le postpress des imprimés d'emballage prend forme entre Heidelberg Druckmaschinen AG et Masterwork Machinery Co.

L'un des nouveaux produits développés en commun par les deux partenaires est la découpeuse à plat Powermatrix 106 CSB, une machine idéale pour les producteurs industriels d'emballages. **La Powermatrix 106 CSB** peut être équipée en option du système de repérage optique MasterSet qui assure le positionnement dynamique des feuilles. L'image imprimée se trouve ainsi parfaitement alignée sur la matrice de découpe. Grâce à l'extrême précision des formes utilisées, la Powermatrix 106 CSB réduit sensiblement les chutes de papier.

D'autres machines nouvelles sont venues étoffer l'offre de Heidelberg: les matériels d'ennoblissement Promatrix 106 FC et MK Duopress 106 FCSB. **La Promatrix 106 FC** est capable d'appliquer du feuil et des hologrammes tant en longueur que transversalement. Son unité d'estampage est équipée de 20 zones de chauffage, ce qui autorise le contrôle précis du processus et une qualité constante. **La MK Duopress 106 FCSB** peut, en un seul passage, appliquer du feuil à chaud, timbrer, découper et décortiquer.

Heidelberg et Masterwork ont lancé de surcroît le système d'inspection hors-ligne **Diana Eye**. Ce dispositif assure le contrôle de supports à fort réfléchissement et d'ennoblissements spéciaux (comme les hologrammes) afin de garantir la qualité des emballages haut de gamme. Diana Eye, disponible en largeurs de 42 et de 55 cm, combine une technologie unique à base de LED et une caméra équipée d'un logiciel d'analyse d'images. Le système Diana Eye peut contrôler la surface imprimée à l'aide de quatre caméras et le verso de la feuille de carton à l'aide d'une cinquième en option. Les éléments critiques de mise en page, les codes QR par exemple, peuvent également être inspectés via une caméra à très haute résolution.

Les plieuses-colleuses de la série Diana (comme la **Diana Smart 55** et la nouvelle **Diana Smart 115**) sont des machines modulaires et aux larges possibilités qui conviennent autant aux grosses sociétés d'emballage qu'aux producteurs moyens de cartonnages pliés. Ces matériels, qui s'accroissent des gammes courantes de carton, se caractérisent par des temps de mise en route courts, garants d'une productivité exceptionnelle.



RUTGERS PRINTING & PACKAGING

Un grand des petites quantités

Rutgers Printing & Packaging Solutions, à Leiderdorp (NL) est spécialisée dans les emballages en carton plié. Le Managing Director Oscar Pepermans : « Nous avons la connaissance technique et le savoir-faire. Mais nous nous distinguons surtout par une approche personnelle : écouter et accompagner le client dans sa réflexion. »

Et de poursuivre : « Nous sommes souvent associés à la phase de brainstorming, ce qui nous permet, dès la conception, d'émettre un avis sur le choix des matériaux, par exemple. Nous nous efforçons d'être des partenaires de solutions, et de voir au-delà des problèmes techniques liés à la production d'emballages. Comment un packaging se distingue-t-il en rayonnage ? Comment faire ressortir la marque ? »

LE NON ALIMENTAIRE

L'histoire de Rutgers Printing & Packaging Solutions – Rutgers PPS en abrégé – démarre en janvier 1905 avec la NV Drukkerij Carton-

nagefabriek en Brocheerinrichting Rutgers. Rutgers est aujourd'hui une entreprise moderne de taille moyenne employant une vingtaine de collaborateurs. Pepermans : « Nous sommes spécialisés en boîtes pliantes, manchons (sleeves), cartes-présentoirs, blisters et emballages pelliculés. Le plus souvent pour le non alimentaire, comme la santé et les cosmétiques, les fleurs et les plantes, le bricolage et les produits domestiques, le vélo et l'automobile. Nous sommes toutefois présents dans l'alimentaire, pour les repas frais par exemple. Un de nos avantages est notre vitesse de livraison : dans les dix à quinze jours ouvrés. Nous travaillons majoritaire-



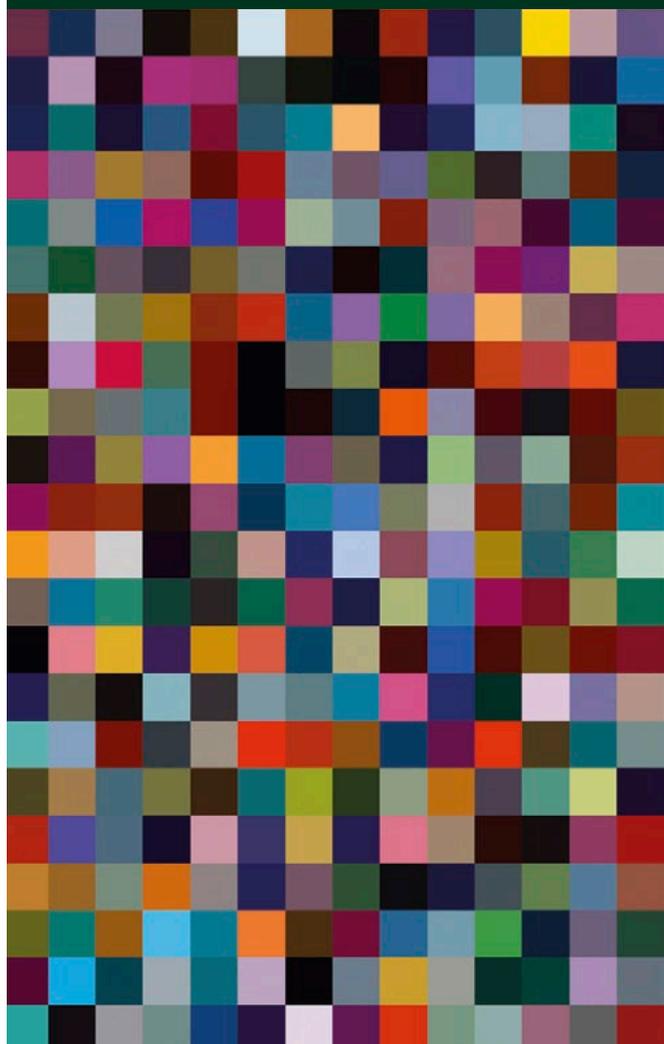
PUSH TO STOP

Au cours de la drupa 2016, Heidelberg avait lancé le concept «Simply Smart» pour présenter l'imprimerie intelligente du futur. Les nouvelles générations de Speedmaster ont changé la façon de concevoir la conduite des presses offset à feuilles. Nous évoluons d'une philosophie du «Push to Start» vers le «Push to Stop». Alors que l'opérateur doit aujourd'hui activer les processus pour démarrer le travail, la machine s'en chargera à l'avenir en enchaînant automatiquement les jobs en attente. Les temps de mise en route les plus courts seront activés, entraînant un accroissement maximum de la production nette. Le conducteur n'interviendra plus que lorsque le travail devra être engagé. «Push to Stop», quoi !

Une gestion parfaite des couleurs

Le logiciel Prinect Control de Heidelberg comprend trois programmes de gestion des couleurs :

- Profile Tool autorise la préparation interactive des profils ICC en concordance avec les normes d'impression générales ou spécifiques. Grâce aux Mini Spots, les profils peuvent être rapidement optimisés.
- Calibration Tool permet la gestion centrale des données de calibrage. Cet outil forme la base d'une linéarisation et d'une calibration rapide et fiable des insoleuses CtP et des presses.
- Quality Monitor assure une surveillance cohérente des processus et de la qualité. Des analyses détaillées, réalisées si nécessaire sur de longues périodes, documentent les résultats en vue d'une production fiable et de l'observance des standards de production.





ment pour le marché intérieur, ce qui n'exclut pas que nous exportions quelque 35% de notre chiffre d'affaires surtout vers la Belgique, l'Allemagne, la France et la Tchèque. »

Les impressions sur emballages sont réalisées sur une Heidelberg Speedmaster CD 74-PLX 5-couleurs, convertible en 4/1. Pepermans : « La couleur est importante pour le marché du packaging. Depuis quelque temps, nous travaillons avec Prinect Color Toolbox. Ce logiciel développé par Heidelberg nous assure un contrôle fiable sur les conversions de couleurs. »

PRINECT COLOR TOOLBOX

« Plus de sérénité dans l'imprimerie. Moins d'arrêts-machine. » Voilà deux avantages évidents de Prinect Color Toolbox selon le spécialiste prepress Ben de Groot. Il ajoute : « Nous pouvons aussi établir une épreuve couleur fiable sur table traçante. La combinaison avec l'analyse spectrale nous offre des mesures bien plus fidèles. Un densitomètre, par exemple, ne permet pas de mesurer la dispersion des couleurs. Avec l'analyse spectrale, les déviations sont directement identifiées. Nous ne travaillions pas avec un color management auparavant, et nous avons beaucoup de soucis avec les variations de couleurs. Il faut dire que le carton n'est pas un matériau simple à imprimer, d'autant

*« Plus de sérénité dans l'imprimerie.
Moins d'arrêts-machine. »*

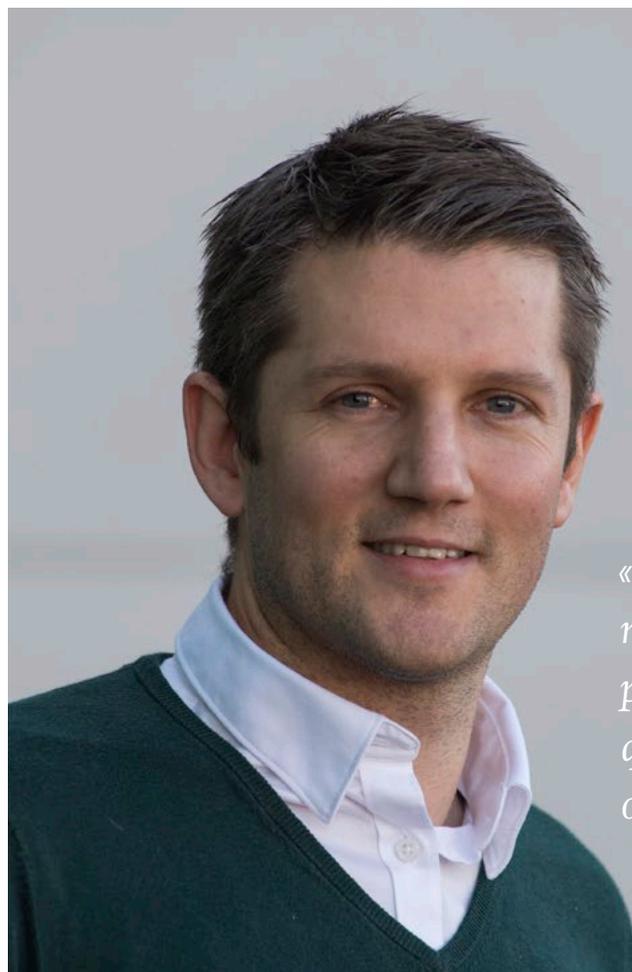
que la qualité de ce support ne s'est pas améliorée ces dernières années. Cette nouvelle manière de travailler nous convient donc parfaitement. Non que nous enregistrons des plaintes de la part de nos clients. Nous avons fait cela pour nous-mêmes car nous poussons toujours plus loin l'amélioration de la qualité et des performances. Nos imprimeurs ont bien dû s'adapter, mais aujourd'hui ils ne voudraient plus rien d'autre. »

PRINECT PACKAGING MODULE

Nos interlocuteurs se montrent enthousiastes sur le Prinect Packaging Module. « Les possibilités de répartition automatique sur feuilles à imprimer sont améliorées. Nous espérons que le logiciel sera bientôt étendu au regroupement de boîtes pliantes d'ordres différents. Cela nous permettrait un nouveau saut de productivité. »

UNIQUECARTON

Oscar Pepermans conclut : « Nous sommes constamment à la recherche de possibilités de faire progresser notre spécialité. Nous avons ainsi ouvert récemment UniqueCarton, une boutique en ligne pour la commande de boîtes pliantes. Le client peut y commander, rapidement et simplement, des boîtes imprimées personnalisées de différents modèles, et cela à partir de 250 exemplaires. Celui qui veut contrôler de visu son emballage, et éventuellement un suremballage, peut commander un blanco découpé, voire une maquette complète du projet en impression digitale. Avec UniqueCarton, nous nous sommes créé un nouveau canal de vente, ouvert à de nouvelles classes d'utilisateurs. »



« De plus, le RIP de Heidelberg nous garantit la même productivité et la même qualité, que ce soit en offset ou en digital. »

Dhondt est un groupe graphique extrêmement entreprenant qui abrite, à Waregem, trois divisions. L'une est active dans le Sign & Display (Ye Print), l'autre dans la production d'étiquettes (Label Products), la troisième dans l'imprimerie conventionnelle (Drukkerij Dhondt). Depuis mai 2016, une Heidelberg Versafire CP assure le versant digital des impressions du groupe, y compris sur les supports les plus sensibles. C'est une première en Belgique dans le domaine des étiquettes !

C'est l'imprimerie qui a ouvert la marche, en 1984, sous la houlette de deux frères, Pieter et Mark Dhondt, toujours dans le business. Depuis, Maarten, fils de l'un et neveu de l'autre, est venu rejoindre la structure, et également d'autres membres de la famille.

Maarten Dhondt, Sales Director: « Nous avons débuté dans l'imprimerie à Courtrai, majoritairement au service d'entreprises locales. Mais le grand tournant a été l'acquisition, en 1995, d'un copy shop qui nous a ouvert le monde de l'impression digitale. Les grands formats ont suivi, ainsi que les étiquettes et tout le monde s'est finalement retrouvé à Waregem. »

RIEN QUE DES MACHINES DE POINTE

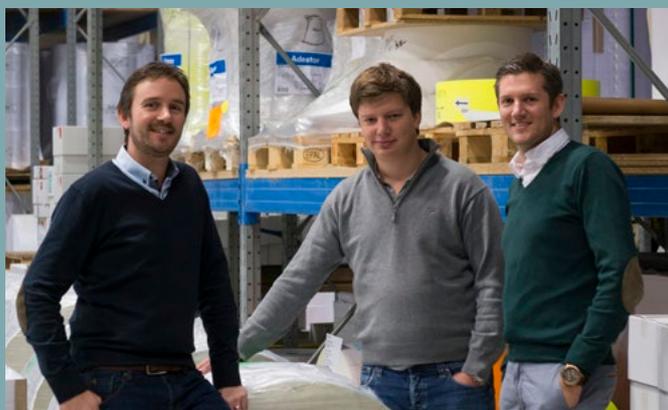
Depuis, les Dhondt sont restés aux avant-postes, cherchant les meilleurs matériels et les meilleures solutions. L'entreprise, qui revendique fièrement ses engagements écologiques, compte aujourd'hui 40 collaborateurs.

« Nous avons une très longue expérience de la production en volume d'imprimés numériques. Aussi les matériels d'impression se sont-ils succédé chez nous. Nous sommes en permanence à la recherche de configurations qui puissent nous assurer à la fois vitesse, productivité, qualité et souplesse. Ce sont les raisons pour lesquelles nous avons opté pour la Heidelberg Versafire CP, après plus d'un an de recherches

et de tests. Nous la considérons comme un investissement stratégique pour notre futur. Ce qui a été déterminant ce sont les capacités colorimétriques de ce matériel. Le digital et l'offset s'équivalent en qualité grâce au Color Management et au RIP de Heidelberg. Les professionnels de Heidelberg Benelux ont fait montre de leur immense expertise: ils parlaient vraiment la langue du client. Ce sont les seuls à nous avoir sorti une épreuve contractuelle d'une qualité irréprochable. Aux tests, la Versafire a surclassé la concurrence.»

POURQUOI CE MATÉRIEL ?

«Pour la qualité exceptionnelle qu'elle offre, bien sûr, et sa rapidité, qui lui assurent une vraie différence. Elle réalise quelque 200.000 impressions par mois, à destination d'entreprises clientes, d'agences de publicité et de collègues imprimeurs qui ne sont pas équipés en digital. Nous produisons des brochures, des imprimés variables et/ou personnalisés et des formulaires de laboratoire à codes-barres, ce qui requiert un maximum de précision. La fiabilité et la prédictivité qualitative de cette machine, sa souplesse sur le plan des formats, constituent ses avantages déterminants. La Versafire CP s'accommode d'une large gamme de supports: tous les types de papier, le vinyle, le polyester, les substrats synthétiques, jusqu'au carton 400 grammes. De plus, la température d'impression est totalement contrôlable, ce qui est essentiel pour des supports délicats comme les étiquettes et les enveloppes. Personne d'autre en Belgique n'est capable d'imprimer en digital sur des étiquettes. Cette exclusivité renvoie à l'une des politiques majeures de notre entreprise: chercher d'autres pistes, explorer toutes les possibilités d'un matériel, en tirer le maximum et proposer au client des solutions complètes, quel que soit le mode d'impression. Ce sont sur les chemins peu balisés qu'on peut se différencier de la concurrence et dégager de la valeur ajoutée.»



De gauche à droite: Thomas Dhondt, Matthias Dhondt et Maarten Dhondt.

Ye Print et Label Products

Ye Print est une division indépendante du groupe graphique de Waregem. La firme, placée sous la direction de Thomas Dhondt, est spécialisée dans les impressions grand format (matériels de vitrine, bannières, signalisation, décoration murale, habillage de véhicules, etc). Dotée d'un matériel d'impression et de découpe de pointe, Ye Print propose une cinquantaine de types de supports, tous en stock afin d'assurer un service immédiat au client. **Label Products** est l'autre division du groupe Dhondt qui propose tous les types et modèles d'étiquettes, de tous formats, pour tous les types de marchés, en vente directe ou via un réseau de revendeurs. Les produits sortent en feuilles ou en rouleaux, blanco ou en couleurs. Un webshop séparé est réservé aux étiquettes destinées au marquage de produits dangereux. Label Products, dirigée par Matthias Dhondt, dispose d'un parc-machines impressionnant où voisinent tous les matériels de pointe et tous les modes d'impression: offset, jet d'encre, flexo et digital. La récente Heidelberg Versafire CP y a naturellement trouvé une place stratégique. Une partie de ses capacités est dévolue aux petites commandes sur feuilles et aux impressions variables.

La Heidelberg Versafire CP

Cette presse numérique polyvalente est capable d'imprimer recto-verso en un seul passage jusqu'au format 330 x 700 mm et cela à raison de 130 pages par minute, soit en théorie plus d'un million par mois! Elle accepte, via son alimentation par aspiration/succion, une gamme très étendue de supports, du film synthétique au papier structuré et au carton léger. Ses unités d'imaging et de fusion sont séparées, ce qui autorise un contrôle précis de la température. Grâce à son nouveau toner chimique Px, elle a vu son espace chromatique augmenté de 10% par rapport aux modèles de la génération précédente. La Versafire CP est conduite par Prinect DFE (Digital Frontend), le RIP de Heidelberg bien connu pour le pilotage des insoleuses et des systèmes Prinect.



Elle est idéale pour l'impression de documents personnalisés, de livres, de brochures, de modèles d'emballage, même pour les tirages les plus courts. Il est possible d'y rajouter, en option, toute une batterie de systèmes de finition en ligne: couleurs d'appoint, reliure, perforation, pliage, empilage, etc. à partir du même DFE de Heidelberg.

DRUKKERIJ KOOPMANS

Production tous azimuts



La Drukkerij Koopmans est installée dans le village nord-hollandais de Zwanenburg, près d'une ancienne usine sucrière. Ces trois dernières années, le chiffre d'affaires a crû de 10% l'an. « Nous ne savons pas dire non », nous avoue Frank Koopmans, le Directeur Général.

La Drukkerij Koopmans – une véritable entreprise familiale – existe depuis 1965. Henk Koopmans, le père, a démarré dans une grange à Amstelveen. Sous la direction de Frank Koopmans et de son frère Ed, lui-même co-directeur, l'entreprise a grandi jusqu'à totaliser 40 collaborateurs. La firme dispose d'une large clientèle qui va du particulier (« Nous imprimons toujours des faire-part de naissance ») à une grosse chaîne nationale de supermarchés pour laquelle l'imprimerie réalise des feuillets et des panneaux de promotion. Beaucoup d'affaires arrivent par relations, via le bouche-à-oreille. Depuis l'année dernière, la Drukkerij Koopmans utilise un représentant.

UNIVERSALITÉ

Frank Koopmans: « Notre force réside dans notre universalité. Nos réalisations vont des cartes de visite et des cartons de bière aux bannières déroulantes et aux panneaux de rue. Et des dépliants et magazines jusqu'aux emballages. Nous fabriquons vraiment tous azimuts. Le « Sign and Display » au sens large représente quelque 30% de notre chiffre d'affaires; l'offset se situant toujours vers les 70%. Mais cela sera peut-être l'inverse dans cinq ans. Notre souplesse et notre vitesse de livraison font aussi partie de nos atouts. Avec notre nouvelle imprimante à plat, nous pouvons produire 900 mètres carrés à l'heure. Ce que nous pouvons réaliser sous le même toit est unique dans la région. C'est la demande de nos clients qui a mené à un tel développement. Bien sûr, on peut toujours sous-traiter ce que l'on ne peut faire soi-même, mais on dépend alors de tiers et il est impossible de garantir un délai de livraison. »

La visite des ateliers confirme ce qui précède. Partout des machines impriment et façonnent. Partout des commandes sont préparées pour l'expédition. Koopmans pointe un display en cours d'élaboration. « Je vais continuer à y travailler tout à l'heure. Il a été entièrement développé en interne avec des supports spéciaux et un éclairage LED. C'est excitant à réaliser. »

Koopmans nous montre une rogneuse Polar 155 nouvellement installée. « Nous l'avons achetée spécialement pour le façonnage de produits de signalisation. Sur l'ancienne machine nous devons découper les impressions pièce par pièce ! Aujourd'hui, nous y coupons aussi des feuilles imprimées en offset. »

VERSAFIRE

Les impressions promotionnelles sont réalisées sur trois Heidelberg Speedmaster : une SM 52 4-couleurs et deux SM 74 4-couleurs dont une avec laque. L'entreprise dispose encore de diverses solutions en impression digitale.

En juin 2016, une des imprimantes numériques a été remplacée par une Versafire CV. D'après Koopmans, le choix n'a pas été difficile. « Ses possibilités d'application sont infinies. C'est par exemple la seule presse dans son segment capable d'imprimer en cinq couleurs. Cette machine accepte de surcroît un large éventail de substrats, que le papier soit couché ou structuré, de même que les papiers de couleur et les films synthétiques. La variété des grammages acceptés est très étendue ; nous pouvons travailler jusqu'au 350 grammes. En plus des quatre couleurs de base, elle permet d'apposer

du blanc couvrant ou une laque de finition. Nous pouvons encore y imprimer des triptyques en A4 ; le format maximum des tiroirs d'alimentation est de 70 x 33 cm. Une formule de bypass nous amène même à 120 cm. »

70 X 100

« La qualité d'impression est non seulement parfaite, mais le nouveau RIP de Heidelberg permet d'harmoniser les couleurs en offset et en digital. Grâce à Prinect Digital Frontend, la Versafire s'intègre parfaitement dans notre workflow, ce qui nous apporte un surcroît de qualité et de souplesse. La machine est aussi plus rapide que notre matériel précédent et propose un rapport qualité/prix exceptionnel. Nous sommes aussi très satisfaits de l'absence de contrat par volume. Nous additionnons les « clics » que lorsqu'un travail tourne en machine. Je suis tellement satisfait de ce matériel que je suis résolu à remplacer une de nos autres imprimantes, dont le contrat arrive à terme bientôt, par une deuxième Versafire CV. Et tant que nous sommes à parler d'investissements : nous nous orientons pour l'instant vers une presse offset grand format. De quoi gagner encore en efficacité. »

« Le nouveau RIP de Heidelberg permet d'harmoniser les couleurs en offset et en digital. »



« Sans notre nouvelle Heidelberg Speedmaster XL 106 huit couleurs nous ne pourrions réagir aux flux d'ordres qui nous parviennent aujourd'hui », nous confie Ed Prince, le directeur technique de MullerVisual, à Amsterdam.

MULLER VISUAL

Speedmaster XL 106-8-P



La machine a été installée début mai et, dès le premier jour, elle était pleinement opérationnelle. « Nous imprimons beaucoup de petits tirages, ce qui entraîne de nombreux changements de plaques. La différence est flagrante par rapport à notre presse précédente. La vitesse de production est sensiblement plus élevée. Grâce à Autoplate et Prinect Inpress Control, les temps de remplacement et de réglage des plaques ont chuté de manière spectaculaire. De plus, le nettoyage des blanchets intervient de manière automatique durant les changements. Notre efficacité s'en est trouvée considérablement augmentée, ce qui nous confère un avantage face à la concurrence. Nos conducteurs trouvent cette presse fantastique. Et non sans raison, car elle leur épargne beaucoup de manutention. Nous

travaillons ici à quelque 600 plaques par jour. On imagine les gains de temps. »

EXPÉRIENCES

Le choix de la huit-couleurs Speedmaster XL 106 en retraitation s'inscrit dans le sillage de l'expérience accumulée sur une dix-couleurs de même type. Prince: « Le travail sur cette machine nous a tellement enchantés que nous avons à nouveau choisi Heidelberg. Grâce à ses extraordinaires capacités en changement automatique, nous avons acquis un surcroît de souplesse. D'autant que nous utilisons les mêmes courbes de fabrication des plaques.

Pourquoi ne pas avoir acquis une deuxième dix-couleurs? « C'est une question de calcul, nous



« Une machine qui comble toutes les attentes. »

confie Prince. Nous avons analysé très soigneusement nos carnets de commandes et nous en avons déduit qu'il était plus intelligent de choisir une huit-couleurs. Considérant aussi le raccourcissement des délais de livraison, nous avons examiné le LED UV, dans le but de nous débarrasser du poudrage. Mais les chiffres ont une nouvelle fois montré que ce n'était pas la solution. Les encres adaptées au LED UV sont plus chères et la conclusion ne s'avérait pas probante en regard de nos types de jobs. La nouvelle machine peut toutefois être équipée d'un LED UV; peut-être le futur nous amènera-t-il à choisir un jour cette technique. »

Et de poursuivre: « Nous avons examiné nos encres avec Heidelberg. Une série spéciale d'encres à base de liants végétaux – pour nos qualités de papiers – a été développée. Nous en sommes très satisfaits. Nous imprimons un grand nombre de substrats différents et nous pouvons dorénavant travailler avec une encre universelle. Cette encre est distribuée à nos machines via un système d'alimentation Technotrans, livrable en option sur nos presses, au départ de conteneurs d'encre réutilisables. Nous n'avons plus besoin de fontaines à encre, ce qui est d'autant plus favorable au milieu. »

CROISSANCE

MullerVisual est connue à Amsterdam depuis 88 ans. Quatre-vingt-cinq personnes y travaillent. Grâce à ses méthodes de production innovantes et à la qualité de son matériel, MullerVisual est une des entreprises de référence en Hollande dans le domaine grafimedia. De plus, elle propose le service personnalisé d'une

entreprise familiale. Il y a deux ans, son directeur, Sander Muller (quatrième génération) déclarait à la presse qu'il ne subsisterait à terme en Hollande qu'une vingtaine d'entreprises graphiques. Un avis qu'il a encore affiné au début de cette année. D'après Sander Muller: « Il n'y aura plus aux Pays-Bas que dix grosses imprimeries à feuilles d'ici à cinq ans. Les prix restent bas et seules des entreprises fortes, équipées de presses modernes et de logiciels intelligents, peuvent espérer survivre. »

Ed Prince: « Le software intelligent qui gère notre workflow, nous l'avons développé nous-mêmes. Nous utilisons évidemment les solutions éprouvées de Heidelberg, comme Autoplate – déjà cité – et Prinect Inpress Control, de manière à porter à son maximum l'efficacité de notre production. Pour aller plus loin encore, nous avons le projet de centraliser à l'avenir nos trois sites de production. Notre façonnage est encore installé ailleurs, tout comme notre production XXL (130 x 185 cm), destinée à la réalisation, entre autres, d'affiches pour abribus. »

REPRISES ET COLLABORATION

En plus de choisir des techniques de pointe, MullerVisual a eu recours, ces dernières années, à d'autres moyens pour renforcer sa position sur le marché des arts graphiques. Grâce à un certain nombre d'acquisitions d'entreprises et à la collaboration au sein de GrafiPlaza. Prince: « Chez GrafiPlaza, quelque 125 spécialistes travaillent quotidiennement aux formes de communication les plus diverses. Offline ou online. Selon la création, l'impression, les apps et les sites web. Outdoor, point-of-sale, marketing direct ou logistique. Grâce à cette mise en commun de talents, nous pouvons offrir un large éventail de services tout en nous concentrant sur ce qui fait notre spécialité: l'imprimé. »

FLINT LANCE DE NOUVELLES ENCRES K+E



Le groupe Flint a lancé cette année deux nouvelles séries d'encres K+E: la Novaboard C 1090 RACE BIO et la Novafit F 1000 WIN BIO. Les deux séries sont basées sur l'utilisation d'un tout nouveau liant végétal.

La série Novaboard C 1090 RACE BIO propose des encres quadri à haute pigmentation, semi-fraîches d'encrier. Grâce à une excellente vitesse de prise et au séchage rapide par oxydation, les feuilles imprimées peuvent être rapidement traitées. La série Novafit F 1000 WIN BIO comprend des encres quadri à haute pigmentation fraîches d'encrier. Elle autorise également une façonnage rapide et sûr.

Grâce à une rétention très basse, ces deux séries sont adaptées à une large gamme de matériaux, y compris les papiers sensibles à l'arrachage. Leur stabilité sur presses est l'un de leurs avantages.

Elles se caractérisent encore par :

- Une excellente vitesse de prise.
- Un équilibre eau/encres optimal.
- Une résistance exceptionnelle à l'abrasion et à l'arrachage.

Les deux séries sont sans cobalt (comme toutes les autres séries d'encre 4-couleurs standard de K+E) et sont utilisables tant sur des presses en ligne qu'en rétention.

Pour plus d'information, prenez contact avec votre Account Manager ou envoyez un e-mail à consumables.bnl@heidelberg.com



& Magazine 16.1
Achévé d'imprimer en décembre 2016

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
T +32 (0)2 727 31 11
F +32 (0)2 727 38 11

Heidelberg Benelux bv
Mollerweg 102, 2031 BZ Haarlem
Postbus 2628, 2002 RC Haarlem
T +31 (0)23 512 15 11
F +31 (0)23 512 15 50

E info.bnl@heidelberg.com
www.heidelberg.com/bnl

Coordination Efreem Neveux

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

Typographie Heidelberg Antiqua,
Heidelberg Gothic

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

Reproduction autorisée
après accord écrit de l'éditeur.

Nederlandstalige uitgave op aanvraag.



Le Musée Plantin-Moretus rouvre ses portes

Depuis le 30 septembre 2016, c'est un Musée Plantin-Moretus entièrement remis à neuf qui a rouvert à Anvers ses portes au public, après quatre mois de travaux.

Ce musée est la seule institution subsistante à proposer la découverte d'une imprimerie de la Renaissance, telle qu'elle a été fondée par Christophe Plantin, le premier industriel de l'imprimerie au 16^{ème} siècle. La nouvelle muséographie donne au visiteur l'impression qu'il est en visite chez ce personnage multiple, à la fois chef de famille, chef d'entreprise, homme d'affaires... et imprimeur de haut vol. Des évocations sonores et visuelles restituent de manière subtile et poétique l'activité débordante qui régnait en ce temps-là dans la maison et dans l'atelier du maître-imprimeur. Un espace a même été prévu pour permettre à chacun de mettre la main à la pâte. Un tout nouvel audio tour est également proposé aux visiteurs.

Christophe Plantin fut une figure majeure de l'imprimerie de son temps. De nombreux ouvrages de religion et d'humanisme sont sortis de ses presses. Sa Bible Polyglotte en huit volumes, rassemblant des textes en hébreu, araméen, grec et syriaque, est l'une des réalisations les plus complexes de cette époque. Après la mort de Plantin, l'imprimerie fut reprise par son beau-fils, Jan Moretus. C'est le lointain successeur de ce dernier, Edward Moretus, qui revendit les installations à la Ville d'Anvers en 1876. Les ateliers avaient été pieusement conservés par la famille.

Le musée possède une collection unique au monde de presses typographiques – dont deux considérées comme les plus anciennes connues – ainsi qu'un très riche ensemble de caractères en plomb. Ses archives figurent parmi les plus importantes consacrées à l'histoire de l'imprimerie.

Les locaux du musée abritent aussi une intéressante collection de gravures sur cuivre d'anciens maîtres du 16^{ème} siècle.

Depuis 2005, le Musée Plantin-Moretus est inscrit au patrimoine culturel mondial de l'UNESCO.



HEIDELBERG