

« 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 retiration 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'avérerait 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. »