



C'est par une campagne très remarquée – dont un des rôles principaux a été dévolu au dessinateur-caricaturiste Kamagurka – que l'entreprise graphique Drukta a fêté cet été l'arrivée de sa Heidelberg Speedmaster XL 75-8 couleurs recto-verso. Une initiative inhabituelle pour une entreprise qui ne l'est pas moins. Nous avons rencontré les patrons : **Renaat Desiere** et **Koen De Brauwer**.

Ils se sont connus élèves à l'Higro (aujourd'hui Van Arteveldehogeschool) à Mariakerke/Gand. Quand ils se sont retrouvés, en 2011, ils ne s'étaient plus vus depuis 15 ans. Le courant a passé et la rencontre a débouché sur la fusion de leurs imprimeries : Desiere Printing à Wevelgem et Markant à Heule. Leurs clients communs – bien que les deux imprimeries fussent installées à un jet de pierre l'une de l'autre – se comptaient sur les doigts d'une main. Les parcs machines



« L'idée de réhabiliter des conteneurs maritimes nous a plu d'emblée. »

étaient eux aussi complémentaires. « Nous avons simplement dû nous séparer d'une insoleuse surnuméraire. » La nouvelle entité, qui emploie actuellement 11 personnes, a été baptisée Drukta. D'où vient ce nom ? Les associés sourient : c'est du dialecte local druk-ta-ne-keer (ndlr : imprime-moi ça).

En plein essor

« Lors de la fusion, il y a cinq ans, nous nous sommes installés dans un bâtiment à Walle, un quartier de Courtrai. Depuis, notre croissance a été rapide, le déménagement nous ayant donné un sérieux coup de pouce. Avec notre Heidelberg 8 couleurs – qui, à elle seule, abat plus de boulot que les 4 et 5 couleurs qu'elle remplace – nous sommes prêts à affronter le futur. La presse est équipée d'un dispositif de changement automatique de plaques, de Prinect Inpress Control et d'Intellistart. Les atouts ? Une automatisation maximale, une qualité d'impression confondante, des

changements de jobs super-rapides, une gâche minimale, des prix au plus juste. Nous jouons à plein sur la demande du marché qui réclame des délais de plus en plus courts et une qualité sans compromis. »

Pour célébrer dignement l'arrivée de la nouvelle presse, l'artiste-dessinateur Kamagurka a réalisé une « fresque » sur la machine de 17 mètres. L'idée de cette initiative vient de Knokke où le légendaire artiste américain Keith Haring a laissé, en 1987, sa signature graphique en différents lieux de la station balnéaire. « En jouant avec cette idée, nous sommes tombés sur Kamagurka. La collaboration s'est bien passée ; et nous avons d'autres projets ensemble. »

Se distinguer

« Nous avons appelé notre nouvelle presse Heidi – allez savoir pourquoi ! – et nous l'avons présentée à nos relations d'affaires via un Say hello to Heidi. »



Kamagurka, Heidi... voilà qui est caractéristique de l'entreprise où le dynamisme et l'amour du métier se conjuguent à l'humour et au désir de se singulariser. Un autre exemple? Les conteneurs maritimes que Drukta a choisis comme bureaux. Un recyclage intelligent et une première mondiale; ces conteneurs entament une nouvelle vie.

La durabilité

« Notre bâtiment actuel est un ancien entrepôt textile, ce qui a nécessité des transformations. Mais nous désirions nous démarquer de l'image traditionnelle de l'imprimerie où il est fait peu de cas de l'image. Nous étions à la recherche d'un concept dans lequel l'expérience vécue occuperait une place centrale, de manière à laisser aux visiteurs un souvenir marquant de leur visite. Nous avons demandé à un bureau d'architectes de Courtrai – Five AM – de nous présenter un concept original qui établirait un lien entre bureaux et espaces de production. L'idée de réhabiliter des conteneurs maritimes nous a plu d'emblée. Au lieu de réaliser une nouvelle construction à l'intérieur du bâtiment, nous avons récupéré du matériel existant. La démarche est on ne peut plus durable. De plus, le caractère flexible et modulaire des installations offre de nombreuses possibilités. »

En même temps que l'installation de sa nouvelle presse, Drukta a opté pour un autre type de plaques: la Kodak Sonora. « Avec une cadence de production d'une vingtaine à l'heure, cette plaque sans développement propose une vitesse double par rapport aux précédentes. De plus, les Kodak Sonora ont moins d'impact sur le milieu. Avec notre presse dont nous avons déjà souligné la productivité, nous économisons sur les matières – beaucoup moins de gâche – et l'énergie. Tout cela soutient notre combat en faveur de l'environnement. Nous tendons à produire des imprimés

neutres en CO₂, un argument que nos clients peuvent aussi réutiliser. »

Industrie 4.0

Ces investissements signent une nouvelle étape du business plan de Drukta, qui se focalise sur une production économique et le just-in-time. « Nous désirons nous orienter vers un environnement Industrie 4.0 avec lequel une automatisation poussée et une utilisation efficace des matières et des énergies sont au centre du débat. Par contre, nous ne voulons en rien devenir une usine à imprimés. Nous réalisons de beaux travaux et nous faisons beaucoup en interne, même la pose de feuil et le gaufrage. En collaboration avec nos partenaires, nous participons à l'élaboration de solutions efficaces et économiques. Notre force repose sur une collaboration solide. Nous pensons même créer une communauté de clients. »

Drukta travaille essentiellement en business-to-business sur les deux Flandres. Ses clients sont des agences de publicité, mais aussi des PME et des institutionnels. Le nord de la France constitue un important marché secondaire. « Nous sommes à un jet de pierre de Lille. Bien que ce soit tout proche, la mentalité est différente. Plus nonchalante. Chez Drukta, un rendez-vous est un vrai rendez-vous. C'est pourquoi beaucoup de clients français nous choisissent, de même que pour notre engagement et notre sens de la qualité bien sûr. Les travaux qui sortent d'ici sont estampillés Drukta. Sinon, nous ne livrons pas. »