

---

La qualité et la  
**compétence** font  
la différence

**Carton fort et  
notices médicales**

Say hello to **Heidi**

**Se spécialiser** ou  
savoir tout faire?

Heidelberg et  
**MK Masterwork** :  
un partenariat  
fructueux



**HEIDELBERG**

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.

## & 17.2 SOMMAIRE



### 03

Consommables :  
**La qualité et la compétence font la différence**

### 06

Les spécialistes de l'inhabituel  
**Tromp Drukkerij (Rotterdam, NL)**



### 14

'Say hello to Heidi'  
**Drukta (Courtrai, BE)**



**08 Le client : c'est tout ce qui compte**

**10 Fort... en carton fort**  
Smart Packaging Solutions (Meer, BE)

**12 Tenir ses promesses**  
Drukkerij Reijnen (Amstelveen, NL)

**13 Action d'épargne : participez !**

**17 VD peut tout : la qualité reste notre priorité**  
Drukkerij VD (Temse, BE)

**20 Heidelberg et MK Masterwork**  
Un partenariat fructueux pour une offre exhaustive

**22 Suprasetter 106 : Un évident surcroît de productivité**  
Novaprint (Luxembourg, LU)

**24 Spécialité : les notices médicales**  
Multi Packaging Solutions (Oss, NL)

**26 Les presses Heidelberg sur le podium**

**27 Dix bonnes raisons de choisir le eShop de Heidelberg Benelux**

**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 ?

➔ [heidelberg.com/bnl/esperluette](https://heidelberg.com/bnl/esperluette)

# CONSOMMABLES : CE SONT LA QUALITÉ ET LA COMPÉTENCE QUI FONT LA DIFFÉRENCE

Avec la reprise, cette année, des divisions laques et chimie du partenaire stratégique Fujifilm Europe en EMEA, Heidelberg a considérablement renforcé sa situation sur le marché des consommables d'imprimerie. « Qualité et compétence, voilà nos fers de lance », nous confie **Davy Elsmoortel**, Sales Director Consumables Benelux.



« Fournisseur de services complets, Heidelberg s'efforce constamment d'améliorer la productivité des imprimeries. Et elle y arrive grâce à la qualité indiscutable de ses matériels, de ses solutions de pointe en matière de gestion des données et de traitement de l'information, et via une combinaison intelligente de machines, de services et de consommables, tous livrés à partir d'une seule et même plate-forme. Nous soutenons ainsi nos clients au coût le plus juste, en proposant la meilleure qualité possible. Nos solutions leur permettant de se concentrer au maximum sur la production. C'est sur ces bases que Heidelberg a développé son expertise en fait de consommables », souligne Davy Elsmoortel.

## Un marché en croissance

La reprise, pour les pays de la zone Europe, Afrique et Moyen-Orient, des divisions laques et chimie de Fujifilm Europe est une étape logique qui s'inscrit dans le sillage des rachats, en 2008, du fabricant britannique de laques Hi-Tech Coatings et de BluePrint en 2014. « La reprise de Fujifilm Europe a renforcé notre expertise et notre capacité de production sur le double terrain de la chimie des presses et des laques. Ce qui ouvre à nos clients l'accès à un portefeuille plus étendu et à une compétence technique accrue dans la maîtrise desdits produits. Nous avons l'ambition, à moyenne échéance, de devenir 'LA' référence mondiale en matière de consommables, ajoute Davy Elsmoortel. Il se trouve aussi parmi nos clients des imprimeries qui utilisent d'autres marques de presses que les nôtres. A celles-là aussi nous ambitionnons de livrer des consom-

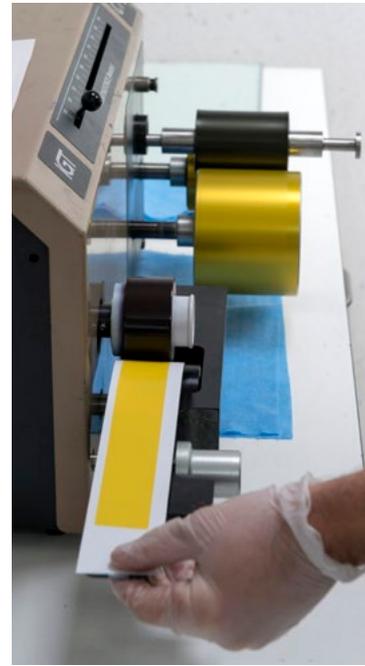
mables capables de renforcer la rentabilité de leurs installations. »

## Le soutien aux imprimeries

« Au Benelux, nous avons plus de 50 ans d'expérience dans la vente et l'utilisation des consommables. Nous disposons de spécialistes dans tous les domaines, du prepress à l'impression, de la flexo à la rotation et au numérique. Il n'est pas rare que des clients, à qui la connaissance technique fait défaut, demandent l'intervention de nos spécialistes. Ceux-ci connaissent les exigences et les processus de A à Z et ils savent précisément le rôle que jouent les variables. Ils conseillent de manière active lors du choix des fournitures et de la mise en place des processus. Cette compétence – comprise dans le prix – est inestimable. Un de nos clients nous a appelés récemment à propos d'un problème d'impression. Il avait tout essayé, mais peinait à identifier la cause. Était-ce une question de rouleaux, de presses, de blanchets, d'encre, de plaques, de chimie? Notre spécialiste a heureusement pu mettre le doigt sur la solution. Nous soutenons également nos clients pour tout ce qui relève de la sécurité alimentaire, par exemple. Nos professionnels sont rompus aux matières et aux législations les plus complexes. »

## Choix stratégique

« Le marché des consommables, nous dit-on, est de plus en plus soumis aux contraintes de prix, mais nous n'y croyons pas. Les Anglais ont une expression « Penny wise, pound foolish », ce qui signifie à peu près « Faire des économies de bouts de chandelle ». Travailler avec des fournitures bon



---

## Penny wise, pound foolish

---

marché emporte peut-être un avantage financier à court terme, mais se révèle coûteux à longue échéance. Nous en sommes convaincus et nous pouvons le prouver. C'est la raison pour laquelle nous nous prononçons résolument en faveur de la qualité. »

Des exemples? Certains blanchets sont jusqu'à 37 % moins chers, mais il faut en changer plus souvent. « Sur une presse à 8 ou 10 couleurs, les changements de blanchets prennent facilement 50 minutes. Quand on considère le prix à l'heure de la presse, plus les coûts horaires de la main-d'œuvre, le bénéfice se trouve réduit d'autant. Pensez aussi aux plaques bon marché qui nécessitent un nettoyage et un rafraîchissement des bains de développement après 3.000 m<sup>2</sup>, alors que nous commercialisons des plaques où ce genre d'intervention n'intervient qu'après 15.000 m<sup>2</sup>. » De plus, le coût d'usage de marques de second niveau est souvent plus élevé: « Les solvants que nous livrons sont 10 % plus efficaces que la plupart des produits de la concurrence. Et leur incidence écologique est moindre. La même réflexion vaut pour nos produits de lavage: il en faut moins pour mieux nettoyer les presses. » Et Davy Elsmoortel de renchérir: « Ce ne sont pas des promesses en l'air. Nous pouvons nous rendre auprès de n'importe quelle entreprise qui le souhaite afin de démontrer la valeur de nos produits. »

De même pour les encres. « Certaines encres peuvent être 10 % moins chères, mais elle comptent aussi 20 % de pigments en moins, ce qui expli-

que la différence de prix. Et il faut en utiliser plus pour arriver au même résultat. L'imprimé requiert aussi plus de temps de séchage, ce qui peut poser d'éventuels problèmes de maculage à la finition. La valeur ajoutée du portefeuille Heidelberg se marque encore par la demande croissante de nos encres PMS, alors que le marché est en diminution. Ce qui souligne la croissance de notre part de marché. Je suis totalement convaincu que c'est grâce à notre qualité et à notre service. »

### Des laboratoires spécialisés

Le rachat a entraîné la reprise de deux sites de production: un à Reutlingen (Allemagne) et un autre à Kruibeke (Belgique). « Nous disposons désormais au Benelux de trois laboratoires professionnels de pointe qui mènent des tests approfondis pour améliorer nos produits. Ou en créer d'autres. Nous sommes ainsi en train de développer un produit de nettoyage pour raccourcir drastiquement les temps de lavage. Ce qui pourrait assurer plusieurs heures, sinon plusieurs jours, par an de disponibilité de plus des presses. Au prix du litre, le bénéfice est significatif. Pensez aussi aux laques à effets spéciaux, ou aux fournitures pour les applications LED. En plus de Kruibeke, nous disposons encore à Evere d'une station de mélange pour encres, et à Zwaag d'un labo pour les laques Hi-Tech. »

« La qualité de notre portefeuille de fournitures nous permet de nous engager sur une promesse de productivité. Nous ne faisons pas que distribuer ces consommables, nous les produisons et



nous les utilisons à optimiser nos matériels et nos services, de manière à épouser au mieux les besoins de nos clients. Ceux-ci peuvent aussi nous demander comment faire pour accroître les performances de leur parc machines. Nous menons dans ce cas un audit débouchant sur des recommandations concrètes.»

#### Des tests à Wiesloch

« Lors d'éventuels problèmes de production, nos spécialistes peuvent encore renvoyer l'analyse à l'usine Heidelberg de Wiesloch afin d'investiguer les causes (et les solutions) possibles. Supposons qu'un type de laque ne convienne pas à une certaine qualité de papier. A Wiesloch, nous pouvons tester d'autres laques, aux caractéristiques identiques. Pendant ce temps, le client conserve la disponibilité de son parc de production. La compétence et l'expérience de nos spécialistes peuvent vraiment aider à progresser. Le réseau mondial de Heidelberg soutient et renforce les échanges de savoir-faire.»

#### Une question d'efficacité

Et Davy Elsmoortel de conclure: « En tant que fournisseur de services, nous désirons renforcer notre valeur ajoutée, de manière à servir au mieux nos clients. Aujourd'hui et demain. Pour concrétiser tout cela, nous continuons à investir en organisation. Nous optimisons régulièrement notre eShop: nos fournitures et nos pièces détachées sont de plus en plus faciles à commander. Notre logistique est extrêmement performante; les problèmes de livraison sont rares. Tout cela permet à nos clients de s'assurer un fonctionnement souple sans devoir disposer d'un stock important de consommables.»



A man with short brown hair, wearing a brown tweed jacket over a dark blue shirt, stands smiling in front of a modern cable-stayed bridge. The bridge has a tall, white, A-frame pylon and numerous white cables. The background shows a cityscape with other buildings under a clear sky.

A la Drukkerij Tromp (Rotterdam), une nouvelle Heidelberg Versafire CV vient de remplacer une Linoprint C 751 datant de 2013. **François Tromp** : « La Linoprint était une machine exceptionnelle, grâce à laquelle nous avons produit d'énormes quantités d'imprimés. Et à notre plus totale satisfaction. Mais voilà, il était simplement temps de la remplacer. De plus, la qualité d'impression offerte par la Versafire est encore meilleure, cela nous rend plus heureux. »

---

## Les spécialistes de l'inhabituel

---

« Quand d'autres affirment que ce n'est pas pour eux, nous relevons le défi ! »

---

« Nous avons enregistré récemment une très grosse commande, souligne François Tromp. Il s'agit de différents registres officiels tirés à faibles quantités. Chaque page reçoit une codification spécifique, selon une foule de procédures. C'est exactement le créneau de notre Versafire. »

### **Prinect Digital Frontend**

« Comme pour notre machine précédente, l'intégration dans le workflow – grâce à Prinect Digital Frontend – constitue un avantage déterminant. Nous pouvons insérer une commande dans le flux de production et décider au dernier moment si nous utilisons la presse ou l'imprimante. Les couleurs de ces matériels sont parfaitement paramétrées. La qualité d'impression de la Versafire est fantastique; il faut un œil exercé pour distinguer s'il s'agit d'impression numérique ou d'offset. Le registre est parfait; l'utilisation d'air soufflé à l'alimentation est un vrai perfectionnement. C'est d'autant plus important pour nous qui découpons beaucoup. Même nos clients les plus critiques sont enthousiastes. » En plus de sa qualité et de sa souplesse, François Tromp souligne les autres possibilités de la machine : « Comme le vernis et le blanc couvrant – sans oublier l'impression d'enveloppes. Nous nous sommes spécialisés dans la production d'imprimés inhabituels et d'emballages complexes. Il est donc important pour nous de disposer des nouvelles fonctions de l'imprimante. La Versafire est la seule machine de sa catégorie qui accepte le format 330x630 mm, pour l'impression, par exemple, de bannières et de triptyques A4. La machine accepte encore une large gamme de papiers, y compris les supports à structure, et cela jusqu'au 360 g/m<sup>2</sup>. »

« Nous utilisons aussi la Versafire pour l'impression d'épreuves de contrôle préalablement à un lancement de tirage; ceci pour les commandes critiques et les cas colorimétriques complexes. Nous disposons ainsi d'excellents modèles pour nos clients et nous-mêmes lesquels, en combinaison avec une épreuve ISO, nous permettent d'augmenter la prédictibilité d'un travail et de prévenir d'éventuels problèmes. »

### **L'offset reste important**

Tromp dispose, en plus de sa Versafire, de deux Speedmasters 52-2 couleurs, d'une Speedmaster CD 74-4 couleurs plus laque et d'une Speedmaster SM 74-5 couleurs.

« L'offset reste notre technique d'élection. Sa combinaison avec les fonctions offertes par la Versafire convient parfaitement à notre modèle de production. Nos tirages habituels se situent entre 2 et 7.000 feuilles, en moyenne 3.500. Nous travaillons moins les imprimés standard. Nous allons plutôt vers les réalisations inhabituelles. Nous évoluons aussi vers le packaging, ce à quoi notre Speedmaster CD s'avère parfaitement adaptée. Nous travaillons beaucoup le carton blanchi 610 grammes, en tirages longs et courts. Là où d'autres producteurs d'emballages déclarent forfait, nous relevons le défi. »

La maison n'emploie pas de graphistes (« Nous nous profilons résolument comme une entreprise de production, pas comme un bureau de création ») mais elle développe régulièrement, en collaboration avec des agences de publicité, des solutions créatives et techniques pour les emballages et les imprimés spéciaux. « Nous laissons aux spécialistes la manière dont les textes et les images doivent être mis en forme. Nous établissons le cadre de travail, à eux de peaufiner les messages. »

### **De la souplesse**

La grande force de la Drukkerij Tromp réside dans la collaboration et la flexibilité. « Comme nous disposons de nombreux moyens internes, nous pouvons réagir rapidement aux demandes des clients et concrétiser nos promesses. Nous aimons les défis. » Et François Tromp de nous montrer, non sans fierté, les boîtes à cadeaux les plus ingénieuses, et des livres dont le contenu se dévoile de manière inhabituelle via un système coulissant développé par la firme.

« Nos collaborateurs sont polyvalents. Ils ont certes leur fonction, mais ils jouent aussi le rôle de suppléants pour d'autres machines. Ils assument pas mal de responsabilités : ils sont par exemple en charge de leurs propres plannings. Nous sommes une authentique

entreprise familiale et nous veillons à maintenir, tant pour nos clients que pour notre personnel, une atmosphère de confiance. Chez nous, chacun se sent à la maison ». Et ça marche ! Les collaborateurs forment une véritable équipe. Peu quittent l'entreprise. De même, les relations avec la clientèle se fondent sur le long terme.

### **Non à la guerre des prix**

Tromp s'efforce de rester à l'écart de la guerre des prix qui s'est installée avec les imprimeurs en ligne. La firme préfère réaliser des imprimés spéciaux, donner des conseils et fournir des produits de qualité. « Nous ne pouvons pas gagner contre les gros opérateurs. Aussi choisissons-nous des applications complexes avec lesquelles nos concurrents hésitent à se brûler les doigts, comme imprimer du carton gris et des papiers spéciaux. Rien n'est trop fou pour nous. Notre bonheur, c'est de pouvoir réaliser ce que personne d'autre ne peut faire. Naturellement, certaines productions requièrent des interventions manuelles. L'efficacité reste bien sûr centrale, mais notre valeur ajoutée est sans rivale. »



### **Tromp en bref**

La Drukkerij Tromp, installée à Rotterdam, est une imprimerie moyenne fondée en 1940. François Tromp fait par partie de la troisième génération. L'entreprise occupe 19 personnes. Elle propose une gamme étendue d'imprimés à une large clientèle de PME, d'agences de publicité, de graphistes et de parastataux. Le respect du milieu et la responsabilité sociale y sont des valeurs importantes.

# Le client : c'est tout ce qui compte

« Avec et pour les clients. » Cette déclaration d'Elias De Meulder, Key Account Manager chez Heidelberg Benelux, résume l'engagement des employés qui interviennent dans cet article. C'est-à-dire, outre Elias, Marcel Rikkelman et Sharon De Mezel (tous deux travaillant au département Consumables Sales Support) et Yolanda Kersten (Order Management Machines).

Elias travaille chez Heidelberg Benelux depuis début 2017. Auparavant, il a passé 10 ans derrière les presses, dans trois imprimeries différentes. « Cette expérience a beaucoup d'avantages », dit-il. « Je maîtrise le processus d'impression de A à Z, y compris tout ce qui a trait aux consommables. De plus, je sais comment fonctionne la logistique d'une entreprise graphique et je connais les défis quotidiens d'un atelier. Cela dit, bien sûr, j'ai encore beaucoup à apprendre. C'est aussi la raison pour laquelle je trouve ce travail si attrayant. La formation permanente est un must pour moi. »

## Une longue expérience

Si Elias est relativement nouveau, les autres travaillent depuis longtemps chez Heidelberg Benelux. Yolanda Kersten emporte la palme :

« J'appartiens aux meubles », dit-elle en plaisantant. « J'ai commencé ici immédiatement après mes études, en 1979. En tant qu'employée de back-office, j'ai touché à pas mal de choses. J'ai débuté au commercial pour le postpress, puis pour le prepress (Prinect et CtP). Depuis une dizaine d'années, je suis responsable de la gestion des commandes presses et postpress, à l'exception de Versafire et du CtP, pour les clients néerlandophones du Benelux. »

Les commandes sont entrées directement dans le système EPC de Heidelberg. « Cela semble simple, entrer des commandes, ajoute-t-elle avec un clin d'œil. Mais je peux vous assurer que c'est souvent un casse-tête. Tout doit correspondre avant que le système ne donne le feu vert. Parfois, vous ne



**Elias De Meulder :** « Ma grande passion, c'est d'écouter de la musique. Mes goûts sont éclectiques, mais j'ai une préférence pour le jazz. Je préfère écouter des albums, en raison de leur qualité et de leur profondeur. C'est une vraie addiction ! »



**Sharon De Mezel :** « Pendant mon temps libre, je fais du grimage pour les fêtes et les événements. J'ai suivi des cours et j'ai même obtenu mon brevet d'artiste. Sur la photo, on aperçoit ma fille, mais je ne la maquille pas souvent... car je dois la laver ensuite. »

comprenez pas pourquoi vous n'y arrivez pas : c'est qu'il y a un menu détail qui manque. Gérer ce puzzle est excitant. Il faut organiser les choses en arrière-plan et garder un œil sur tout. Je coordonne également le transport des machines et les délais de livraison. La seule chose qui me manque parfois, c'est un contact plus fréquent avec le client.»

Sharon De Mezel ajoute : « Je peux l'imaginer, parce que pour moi, ce sont précisément ces contacts qui rendent mon travail amusant. Je connais un certain nombre de clients personnellement, car j'ai travaillé sur le terrain. J'ai débuté il y a 10 ans, après ma formation en techniques graphiques. C'est bien de pouvoir aider les clients, avec un bon conseil, par exemple, ou en rectifiant une erreur.»

#### Un rôle de consultant

Marcel Rikkelman intervient : « Le client est le point central ; c'est sa satisfaction qui compte. » Marcel est employé depuis 1999. « J'ai commencé ici dans le back-office commercial, côté machines. C'était une belle époque. Il m'arrivait parfois de faire un 'voyage d'affaires' pour mieux connaître les matériels. Je connais encore personnellement un certain nombre de clients. Après trois ans,

je suis passé en Sales Support pour les consommables ; je m'y sens comme un poisson dans l'eau. J'ai beaucoup de contacts et c'est aussi plus dynamique. »

Sharon et Marcel ont tous deux l'impression que le contact personnel joue un rôle supplémentaire dans le soutien aux clients lors de la commande : « Notre eShop est très complet et très fonctionnel, mais parfois un petit coup de main s'impose », nous confie Marcel. « En outre, ajoute Sharon, nous pouvons fournir des conseils par téléphone si le client a des doutes sur un produit ou l'autre. Nous sommes plus faciles à atteindre que les Key Account Managers, souvent sur la route ou en clientèle. »

#### Investir dans la relation

Elias : « Ensemble, nous travaillons structurellement à élargir la relation avec le client. J'essaie toujours de m'investir plus profondément dans ce qu'il fait. Dans les problèmes qui interviennent ou pourraient intervenir. Aussi une bonne écoute est-elle cruciale. Je ne propose pas immédiatement ma solution. Et c'est parfois difficile, parce que j'ai le cœur sur la main. Penser avec et pour les clients, c'est ça qui est formidable. »



**Yolanda Kersten :** « J'aime jouer au tennis et voyager. Je n'ai pas de pays préféré. J'aime aussi lire, surtout des thrillers, de préférence aussi sanglants que possible. »



**Marcel Rikkelman :** « J'adore suivre les courses automobiles, surtout la Formule 1. C'est un de mes vieux passe-temps. »



# Fort... en carton fort

Une Heidelberg Speedmaster XL 162-5 couleurs avec laque a été récemment installée chez Smart Packaging Solutions (NL), en remplacement d'une autre machine. Le directeur de l'usine, **Marc Hopstaken**, commente l'investissement: « Nous avons effectué des tests approfondis sur deux presses différentes, auprès de deux fournisseurs. Heidelberg a obtenu les meilleurs résultats. Les tests d'impression sur notre support lourd se sont parfaitement déroulés. »

---

Smart Packaging Solutions développe des emballages en carton innovants et durables pour la distribution de viandes, volailles, légumes, fruits, poissons, fleurs et nombre d'autres produits. Le substrat est un carton lourd de 600 à 1.200 g/m<sup>2</sup>. « Ce n'est pas le matériau le plus facile à imprimer en offset, nous déclare Marc Hopstaken. Alors pourquoi avoir choisi cette technologie? Parce que les emballages originaux deviennent de plus en plus populaires et que nos clients deviennent de plus en plus créatifs. L'impression offset offre tout simplement les meilleurs résultats. Nous avons délibérément choisi une cinquième couleur pour que nous puissions imprimer certaines nuances de bleu ou d'orange vif; des couleurs qui peuvent être difficilement obtenues en quadri. Cela offre aux concepteurs des possibilités supplémentaires. » Et d'ajouter: « Notre site de

Loenen dispose également de presses flexo, pour des emballages qui exigent une approche plus économique. »

## Qualité et innovation

La société est fortement engagée dans le contrôle de qualité et l'innovation. Marc Hopstaken: « Nous avons dans le groupe un site où nous fabriquons du carton lourd. Grâce à des techniques de production avancées, notre carton est limité en épaisseur. Ce qui nous assure une logistique plus rentable avec traitement, stockage et distribution sous contrôle. Nous disposons également d'un laboratoire où une équipe de spécialistes développe constamment de nouveaux concepts d'emballage et surveille de près la qualité du support. Nous réalisons également des modules d'emballage sur mesure en collaboration avec

nos clients. Nous disposons encore d'un département de conception où nous étudions toutes les formes d'emballage possibles. Grâce à sa faible épaisseur, le matériau est assez souple, ce qui élargit d'autant les possibilités pour nos propres créations.»

« Nos emballages en carton fort – généralement des emballages secondaires – sont fabriqués en conformité avec toutes les réglementations en matière de sécurité alimentaire et d'hygiène; nous sommes certifiés BRC », ajoute Hopstaken. « Cela garantit un emballage sûr pour tous les produits alimentaires – frais, réfrigérés ou surgelés. En outre, le carton fort présente une rigidité maximale qui assure la protection des denrées. Il peut aussi résister à l'humidité et en absorber moins. Cette résistance à l'humidité rend ce support particulièrement adapté au stockage et au transport de marchandises dans des chambres froides ou de congélation. Même au contact de l'humidité infiltrante, le carton garde sa texture. De plus, ce matériau est fabriqué à partir de papier recyclé. Le respect des personnes et du milieu, associé à une forte orientation client et à une recherche constante d'innovation, constituent des arguments importants pour notre entreprise. »

### Prinect

La presse est intégrée au flux de production via Prinect Integration Manager et Prinect Pressroom Manager. Thomas Mermans, responsable du prepress : « C'est un système très fiable. Les réglages colorimétriques sont transférés depuis le prepress. Dans 95 % des cas, nous sommes directement sur la couleur, ce qui permet d'économiser beaucoup de temps. Sur l'ancienne presse, les mises au point prenaient de 15 à 20 minutes. Et cela nous coûtait une demi-palette de 400 à 500 feuilles. Maintenant, nous sommes souvent parés après 50 feuilles. Nous économisons aussi considérablement sur la gâche. De plus, cela correspond parfaitement à notre vision de la durabilité. Grâce au changement automatique de plaque, il est encore possible de passer rapidement et efficacement d'un travail à un autre. Les préreglages sont optimaux via le Heidelberg Intellistart.»

### XL 162 : un matériel puissant

Marc Hopstaken : « Nous imprimons tant des tirages courts de 2.000 feuilles que de grandes quantités, jusqu'à 100.000 feuilles. Même avec un

carton de 750 à 800 grammes, nous atteignons des vitesses de 13.000 feuilles à l'heure sur la nouvelle XL 162. Avec des grammages plus lourds, nous arrivons encore à des cadences tournant autour des 9.000. »

Marc Hopstaken mentionne encore la qualité d'impression (« La machine imprime plus net »), l'alimentation et la stabilité parmi les principaux avantages de la XL 162. « Le transport des feuilles est extrêmement stable; beaucoup plus que sur la presse précédente. La Speedmaster est aussi une machine robuste. Rien que sur le plan du poids, cette presse pèse de 170 à 180 tonnes contre 130 tonnes pour la précédente. »



---

**13.000**  
feuilles à l'heure,  
même avec  
du carton 800  
grammes!

---

### A propos de Smart Packaging Solutions

Smart Packaging Solutions fait, depuis 2008, partie de VPK Packaging Group. Ce conglomérat est depuis 1935 une référence mondiale dans les emballages en carton et les papiers recyclés. Avec un fort ancrage local dans 47 sites de production et 16 pays, VPK propose à ses clients une gamme de produits diversifiés et durables, des solutions personnalisées en carton ondulé et carton fort : manchons, tubes et protections de coins.

Au total, 450 personnes travaillent chez Smart Packaging Solutions. La société dispose de sites de production à Meer, Loenen et Oudegem. Le carton fort devient de plus en plus populaire dans le monde entier. En plus de ses marchés traditionnels comme la Belgique, les Pays-Bas, l'Allemagne, la France, le Royaume-Uni et l'Irlande, SPS est présente en Norvège, au Danemark, en Suède, en Islande, en Russie, en Pologne, en Espagne et en Italie. Elle est également active en dehors de l'Europe : au Japon, en Amérique du Nord et du Sud et en Égypte.



# Tenir ses promesses

« Nous sommes bons et rapides, toujours disponibles et nous attachons beaucoup d'importance à la relation personnelle », nous confie **Daniël Reijnen**. Raison pour laquelle ses clients font volontiers des affaires avec son imprimerie : Reijnen Media. Récemment, l'entreprise a investi dans une Heidelberg Speedmaster SX 74-4 couleurs avec dispositif automatique de lavage. « Cela représente quelque 20 % de temps de mise au point en moins. »

Il poursuit : « Cette presse est aussi plus rapide que la précédente. C'était aussi une 4-couleurs mais d'une autre configuration. Sa qualité d'impression est exceptionnelle. Aussi optons-nous de plus en plus souvent pour l'offset bien que nous disposions aussi de solutions digitales. Là où le choix se situait autour des 700 exemplaires, nous choisissons aujourd'hui l'offset pour 500 copies. Nous pouvons offrir à des prix concurrentiels les plus belles impressions. Pas mal, non ? »

## Des relations à long terme

Reijnen Media est une authentique entreprise familiale, où l'on travaille dur, en pleine collaboration et dans la joie. Après le lycée graphique d'Utrecht et quelques années d'expérience auprès

d'une autre imprimerie, Daniël (deuxième génération) a rejoint voici 15 ans l'entreprise familiale. Il y a trois ans, il a repris à ses parents l'imprimerie d'Amstelveen. « Mon père y vient encore – pour le plaisir – presque chaque jour et ma mère s'occupe de la comptabilité. » Depuis janvier 2017, une de ses deux sœurs travaille dans l'entreprise en tant qu'opératrice DTP. »

Daniël Reijnen est visiblement dans son élément lorsqu'il parle de son métier. « Je suis toujours heureux de voir un travail que nous avons réalisé. Nous travaillons pour une grosse chaîne d'hôtels implantée en Hollande et en Belgique, pour des agences de publicité, le Mkb à Amstelveen et quelques grandes marques d'automobiles. Dans

l'ensemble, il s'agit de relations à long terme et je considère cela comme un grand compliment. » Et de déclarer en souriant que son plus vieux client date encore du temps où son père avait démarré son imprimerie, à la fin des années 1970.

### Une direction personnelle

Comme déjà mentionné, le contact personnel est un des principaux atouts de Reijnen Media. « Les clients trouvent chouette d'avoir une personne de contact fixe, et qu'ils connaissent. Quelqu'un qui aide à réfléchir et qui conseille. Chez Reijnen Media, on totalise près de 100 ans de connaissances graphiques et professionnelles. Au bureau, nos collaborateurs ont plusieurs années d'expérience. Ils peuvent aider les clients à dégager les solutions d'impression les mieux adaptées à leurs exigences. C'est surtout utile aux acheteurs non-professionnels pour lesquels l'imprimerie est généralement un dédale. Nous remarquons combien les donneurs d'ordres apprécient notre gestion pointilleuse des projets, notre soutien professionnel et notre contrôle qualitatif de l'exécution. C'est notamment ce qui nous distingue des imprimeurs sur Internet. »

« Notre engagement concerne tout autant les commandes que ne pouvons traiter en interne – comme les affiches, les bannières, les puzzles, les drapeaux. Nous prenons volontiers ces cas-là en charge. Nous connaissons les personnes qui peuvent les réaliser et nous déchargeons ainsi nos clients. »

### S'investir à fond

Ils sont huit chez Reijnen Media. Deux au bureau, deux au DTP et au prepress, deux imprimeurs, une personne au façonnage et Daniël en tant que directeur d'entreprise. « Nous avons plus de machines que de collaborateurs et nous faisons beaucoup de choses en interne. Nous imprimons, nous façonnons – nous plions, agrafons, coupons, perçons, découpons, traçons, etc. – de manière à offrir un service complet. Notre équipe est parfaitement capable de s'investir tous azimuts. Les imprimeurs peuvent s'occuper des machines de finition, notamment de la Polar et de la Stahlfolder. Moi-même, je me retrouve parfois les manches, par exemple pour imprimer en média numérique. Comme nous pouvons faire tant de choses nous-mêmes, nous pouvons honorer nos promesses. De plus, nous sommes extrêmement souples. »

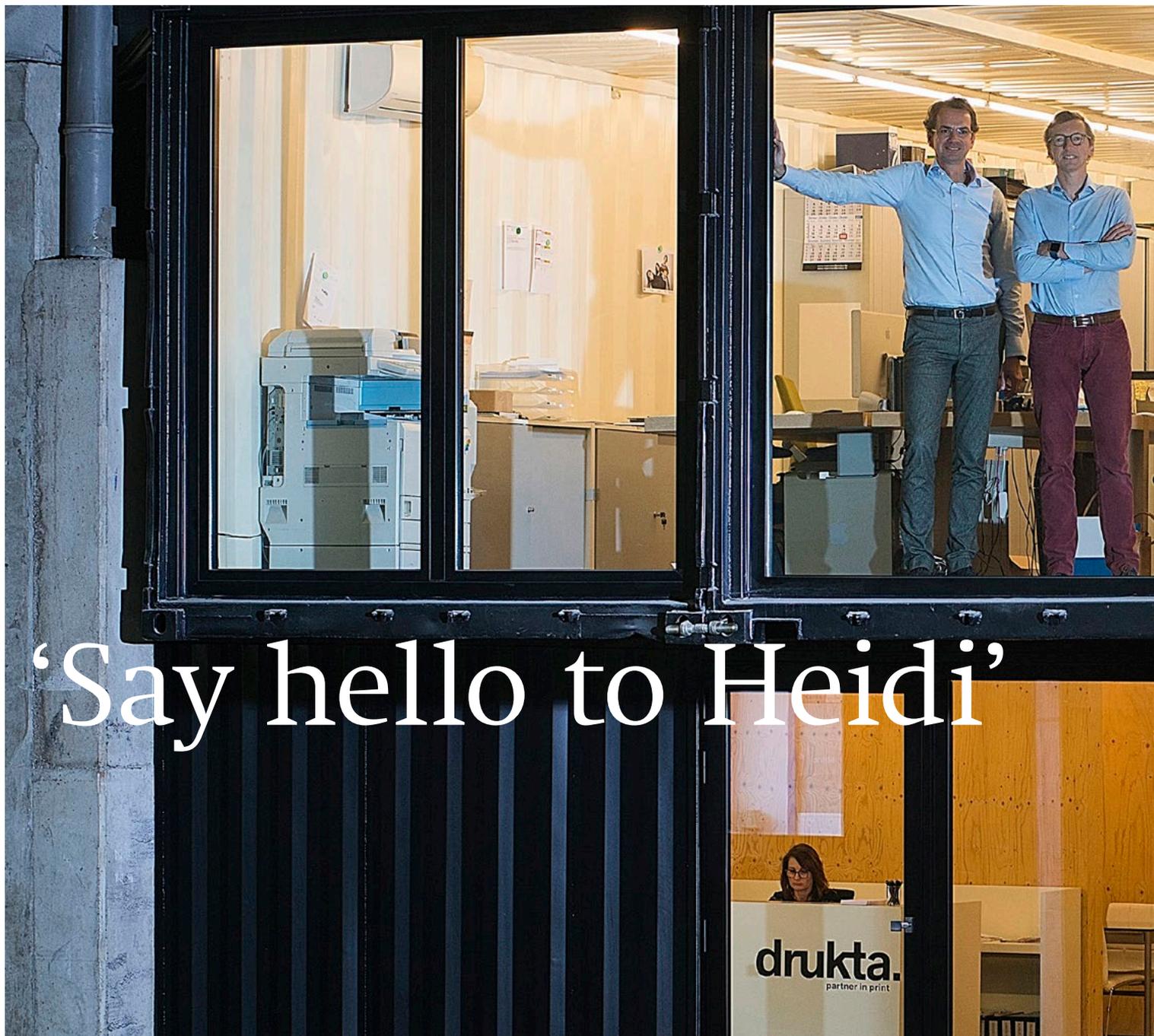
Malgré son nom, Reijnen Media se consacre essentiellement à la production sur papier. « Nous sommes très bons, ajoute Daniël Reijnen. Naguère, nous nous sommes lancés avec enthousiasme dans le média digital... pour conclure que ce n'était pas notre truc. Nous n'avons découvert guère plus de synergie entre notre activité d'imprimeur et le numérique. Nous avons donc décidé de l'arrêter car nous sommes parfaitement à l'aise avec l'impression. »



## ACTION D'ÉPARGNE: PARTICIPEZ!

L'une après l'autre, Plantin et Tetterode signaient, il y a 90 ans, un contrat de distribution avec Heidelberg Druckmaschinen. C'était, respectivement, en novembre 1927 et en mars 1928. Qui aurait pu imaginer alors que ces deux firmes formeraient un jour Heidelberg Benelux? Pour fêter cet anniversaire – 90 ans! – nous avons mis sur pied un programme d'épargne. Un point sera attribué par tranche d'achats de 100 euros de consommables ou de pièces détachées commandés dans notre eShop. Les points accumulés pourront être échangés contre des cadeaux. Vous en trouverez la liste sur notre site. L'action d'épargne court jusqu'au 30 avril 2018. N'hésitez pas à y participer!

→ [benelux.heidelbergshop.eu](http://benelux.heidelbergshop.eu)



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 CO<sub>2</sub>, 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. »



**VD peut tout :**  
**la qualité reste  
notre priorité**

Au début de cette année, la Drukkerij VD, à Temse, a installé une Stahlfolder KH 82P avec alimentation par palette PFX et un système de transport Polar PACE pour les rogneuses. « La Stahlfolder offre une productivité bien supérieure à celle des plieuses classiques et un pliage optimisé », nous confie le CEO et administrateur-délégué de l'entreprise, **Marco De Ridder**. « Polar PACE contribue également à l'amélioration de la productivité. »

---

### Le développement durable comme seconde nature

La Drukkerij VD accorde beaucoup d'attention à la durabilité, entre autres en travaillant le plus souvent possible avec du papier labellisé FSC. Le toit des bâtiments est de plus revêtu de panneaux solaires, ce qui couvre de 40 à 60 % des besoins énergétiques des installations. L'éclairage est paramétré selon la lumière naturelle. L'eau de pluie est récupérée pour les sanitaires, le lavage des presses et la nébulisation des ateliers. La Drukkerij VD est l'heureuse titulaire de la Charte Entreprise Durable pour le VOKA de Flandre orientale.

---

Le surcroît d'efficacité et l'extension de la capacité de façonnage étaient les raisons de ces investissements. « Le marché dicte les prix et, si vous voulez encore gagner quelque chose, vous devez disposer de machines toujours plus performantes. Cela dit, la qualité reste notre première priorité. C'est logique, quoique je constate chez certains collègues des choses dont je me demande comment elles sont possibles. Nous avons reçu récemment en façonnage un imprimé dont le registre différait d'un centimètre du recto au verso! »

### Un parc machines extensif

La Drukkerij VD, fondée en 1852, est l'une des plus anciennes de Belgique. « L'étendue de notre parc machines constitue un énorme avantage, nous confie Marco De Ridder. Nous disposons d'une clientèle fidèle, qui se sent bien chez nous. Aussi la plupart de nos commandes nous arrivent-elles par le bouche-à-oreille. »

« Je ne pense pas qu'il existe en Belgique une imprimerie qui dispose d'un parc machines aussi étendu que le nôtre. Nous faisons tout nous-mêmes. Nous imprimons en digital – grand et petit formats – et en offset. Du papier 40 grammes au carton d'un millimètre. En plus des techniques de reliure habituelles, VD dispose encore de découpeuses et de plieuses-colleuses. Nous utilisons nombre de techniques analogiques et digitales

d'ennoblissement comme le timbrage, la pose de feuil, le laminage, la pose de laque UV – en plein ou en motif – et les laques UV 3D. Je considère comme un avantage de pouvoir tout faire. Notre cible est simple à définir : c'est tout le monde. Je ne crois pas aux niches. Comme nous avons tout sous le même toit, nous bénéficions d'une grande flexibilité. Cette souplesse s'applique également à nos collaborateurs. Ils sont pour la plupart capables de travailler sur toute une série de machines. Et pour cause : nous avons plus de machines que de membres du personnel! »

Les ateliers de Temse abritant, entre autres, une Heidelberg Speedmaster CD 74-LX 5 couleurs et une XL 105-P 10 couleurs, le personnel travaille en trois équipes. VD exécute une cinquantaine de commandes par jour, 15.000 par an. Une deuxième unité de production se trouve installée à Turnhout : Grafilux Printing. En ce début d'année, VD a encore repris deux imprimeries : Oranje (Wielsbeke) et Eticolor (Sint-Niklaas). Le groupe actuel est le résultat de la fusion de 10 entreprises, pas nécessairement sous même statut juridique. Environ 110 personnes y travaillent pour l'instant, mais le cadre est appelé à s'étendre.

### Une croissance contrôlée

Contrôler sa croissance est fondamental pour De Ridder. Alors qu'au départ, il s'agissait de croissance organique,



beaucoup de reprises sont intervenues. Mais acheter doit amener de la valeur ajoutée. Eticolor, par exemple, qui est spécialisée en boîtes pliantes et les notices pour les secteurs de la pharmacie et des cosmétiques, occupe un créneau dans lequel VD ne se trouvait pas représentée. « La Drukkerij Oranje est pareille à VD : une imprimerie commerciale avec le même type de clientèle. »

« Il y a assez d'entreprises à vendre, mais nous disons plus souvent non que oui. Il faut que ce soit faisable, que cela corresponde à nos plans et qu'il y ait de la confiance mutuelle. Je crois à la croissance d'échelle. Beaucoup de petites et moyennes entreprises sont en difficulté et, à mon avis, cela ne va pas s'arranger. La Drukkerij VD n'a pas l'ambition de devenir la plus grande, bien qu'elle figure dans le Top 20 des imprimeries commerciales du pays. Le marché va se rétrécir. Je suis convaincu que d'ici 10 ans, il ne restera plus que 50 à 60 imprimeries significatives sur le territoire national. »

#### **A propos de regroupement**

VD occupe depuis 2010 ses installations actuelles. La bâtiment a l'air neuf, avec des murs vitrés, des pavements sobres et des meubles design. Marco De Ridder : « C'était une construction existante que nous avons transformée de fond en comble, de manière à l'adapter aux exigences de notre époque. Très vite, nous avons dû agrandir en raison de notre croissance et créer une extension de même importance. Le revêtement des façades a donné à l'extérieur une unité. Mais aujourd'hui le site est à nouveau trop petit car, entre-temps, Eticolor est venue nous rejoindre. J'ai heureusement racheté la parcelle voisine en vue d'une extension. »



---

« VD ne croit pas aux niches. »

---

# UN PARTENARIAT FRUCTUEUX POUR UNE OFFRE EXHAUSTIVE

Depuis son accord avec le constructeur chinois MK Masterwork en 2014, Heidelberg n'a cessé de soutenir ce partenariat dans le domaine des machines à découper et des plieuses-colleuses industrielles. Depuis l'annonce à la drupa 2016 de leur nouvelle offre, les deux partenaires sont partis à la conquête du monde. Et avec succès. L'occasion de revenir sur cette gamme de matériels destinés aux applications d'emballages haut de gamme.

➔ Pour plus d'information : Filip Marichal,  
Product Manager Postpress au +32 475 36 74 14



## LES DÉCOUPEUSES

Heidelberg et MK Masterwork proposent trois modèles de découpeuses.

**La Easymatrix 106 C/CS** est le modèle d'entrée. Elle est destinée au traitement de nombreux produits commerciaux et d'emballage : cartes découpées, dépliants, tickets, brochures, suspensions et boîtes pliantes. Son rapport prix/performance est idéalement adapté aux entreprises désireuses d'évoluer à partir des anciennes platines et autres presses à cylindre. Capable de traiter 7.700 feuilles à l'heure au format 106 maximum, la Easymatrix accepte des matériaux de 90 à 2.000 g/m<sup>2</sup>, de même que le carton ondulé jusqu'à 4 mm d'épaisseur. Sa version CS permet la gestion, sinon l'élimination, des chutes de découpe. Elle inclut encore des fonctions de finition qualitative comme le gaufrage.

**La Promatrix 106 CS/CSB** propose, aux mêmes formats et aux mêmes grammages, un rendement de 8.000 feuilles à l'heure. C'est par essence un matériel de précision destiné aux producteurs professionnels d'emballages. Une série de dispositifs de haute technologie lui assurent des temps de mise au point très courts et un grand confort de pilotage. Sa version CSB permet le décorticage et la séparation des poses. La Promatrix est parfaitement profilée pour toutes les presses de la série Heidelberg Speedmaster du format 70 x 100, jusqu'à la Speedmaster XL 106.

**La Powermatrix 106 CSB** est la version à haute performance de la gamme MK Masterwork. Elle est équipée d'un nouveau système optique d'alignement des feuilles. Sa station de séparation des poses reprend les produits découpés et décortiqués sous forme de piles. Elle est de plus équipée d'une fonction d'échantillonnage, active dès la mise en production de la machine.



## LES PLIEUSES-COLLEUSES

---

Avec son partenaire MK Masterwork, Heidelberg propose également à ses clients une série de plieuses-colleuses destinées à la production de boîtes complexes et haut de gamme... jusqu'à 200.000 boîtes à l'heure!

**La Diana Easy** résume à elle seule plus de 100 ans d'expérience dans le domaine des plieuses-colleuses. Ce modèle d'entrée, capable de fonctionner jusqu'à 300 mètres à la minute, réduit considérablement les temps de mise en route et offre une extrême facilité d'utilisation. Les formats admis sont de 85/115 cm, et les grammages de 200 à 600 gr/m<sup>2</sup>.

**La Diana Smart** est une plieuse-colleuse idéale pour le segment intermédiaire de performance. Sa vitesse maximale est de 450 m/minute. La Smart se prête à de nombreuses applications dans les formats 550, 800 et 1.150 mm: boîtes pliantes, à fond plié, à parois doublées collées, à compartiments, pochettes et housses diverses, etc. Elle travaille le carton de 200 à 600 gr/m<sup>2</sup> et le micro-ondulé. Sa structure évolutive lui permet d'accepter divers modules complémentaires d'inspection et de manutention.

Les plieuses-colleuses **Diana X 80 et X 115** offrent quant à elles des vitesses de production allant jusqu'à 650 m/minute. Un haut degré d'automatisation et une conception modulaire ouverte lui assurent une productivité maximale, un traitement précis des boîtes pliantes et une flexibilité absolue. Ses différents modules peuvent être assemblés individuellement et étendus en fonction des besoins. La Diana X 80 – largeur de travail de 800 mm – convient idéalement au traitement des emballages pharmaceutiques. La Diana X115 – largeur de travail de 1.150 mm maximum – est destinée au traitement des emballages tant complexes que standard.

## LE SYSTÈME D'INSPECTION

---

Grâce à un logiciel de pointe et une automatisation poussée, Diana Eye 42/55 élimine les cartons défectueux.

**La Diana Eye** est un système d'inspection – en particulier des ennoblissements haut de gamme – qui permet de contrôler chaque carton à plier avant son entrée dans la plieuse-colleuse et cela à la vitesse de 120.000 pièces à l'heure. Ces contrôles incluent les codes, les marquages de protection ou de suivi, la qualité de dépose des feuillets et vernis, etc. Diana Eye assure une réduction significative des produits défectueux, la prévention des plaintes de la clientèle et la tranquillité d'esprit des clients difficiles. La combinaison d'un pilotage précis des sources de lumière, de caméras de pointe, de dispositifs d'analyse d'images et de logiciels intelligents permet l'inspection :

- de l'image imprimée, des logos, des codes-barres et des textes
- des collages de feuillets à froid ou à chaud
- du timbrage
- des hologrammes
- des motifs en vernis drip-off
- des surfaces métallisées
- des codes 1D et 2D

Un éjecteur isole les poses détectées sans les endommager. Ces pièces peuvent dès lors être récupérées manuellement ou repasser au contrôle avec des tolérances moindres.

---

Toutes les découpeuses et plieuses-colleuses Heidelberg-MK Masterwork peuvent être intégrées dans le flux de production **Prinect**. Les services techniques de Heidelberg en assurent le montage, la formation et le service.

# Suprasetter 106 : Un évident **surcroît** **de productivité**

La firme Landewyck est installée à Hollerich, un quartier proche de la gare centrale de Luxembourg. Cette entreprise grand-ducale indépendante, active depuis bientôt 170 ans, s'est spécialisée dans la fabrication et la vente d'articles pour fumeurs. Son imprimerie interne – Novaprint – réalise une grosse partie du matériel imprimé nécessaire aux opérations de la firme. Pour soutenir la productivité de son prepress, Novaprint a investi dans une nouvelle Suprasetter 106.



**Fernand Thill** est en charge du prepress chez Novaprint depuis 2010. « Nous réalisons pour Landewyck tous les emballages pour cigarettes, les inserts pour pochettes de tabac à rouler et la surimpression des bandes de fermeture. L'impression de ces bandes – qui sont aussi des papiers de valeur – est réalisée par une firme spécialisée. A quelques exceptions près, nous ne travaillons pas pour d'autres clients. Mais cela pourrait changer à l'avenir. »

La maison-mère Landewyck dispose de cinq sites de production : deux au Luxembourg, d'autres en Allemagne, en Hongrie et aux Iles Canaries. Ensemble, ces usines produisent, toutes marques confondues, quelque 8 milliards de cigarettes, 6 milliards de tubes à cigarettes et plus de 10.000 tonnes de tabac à rouler par an. Cette production est exportée dans plus de 40 pays. Sur le plan mondial, de 1.700 à 1.800 personnes travaillent chez Landewyck. Novaprint occupe une quarantaine de collaborateurs.

## **Cela fait beaucoup de travail**

Les exigences imposées à l'emballage du tabac se sont considérablement renforcées ces dernières années, notamment en raison des avertissements et des photos soulignant les conséquences de son usage. Dans certains pays, comme la France, les emballages des fabricants doivent présenter la même apparence, sauf le nom de la marque bien sûr, mais qui doit être mentionnée à un emplacement précis, selon une fonte et un corps prédéfinis.

Tous ces changements affectent la charge de travail de Novaprint. Chaque fois, ce sont de 600 à 700 produits dont l'emballage doit être modifié. Fernand Thill : « Nous travaillons généralement en deux équipes sur nos presses 70 x 100 4 et 6 couleurs. Nous avons dû passer à trois équipes. Nous réalisons quotidiennement de 150 à 160 plaques offset, ce qui représente annuellement de 10.000 à 11.000 m<sup>2</sup>. Notre ancienne insoleuse ne pouvait plus suivre. Nous avons découvert



Nous insolons  
quelque

**160**

plaques offset  
par jour

la SupraSetter 106 à la drupa et nous avons immédiatement compris que c'était ce qu'il nous fallait.» Et Fernand Thill d'ajouter: « La vitesse, la qualité et le respect de l'environnement jouent évidemment un rôle dans ce choix, mais il y avait une autre raison, pratique celle-là. La SupraSetter 106 est une machine très compacte et cela nous épargne de la place. »

#### **Prinect Packaging**

Ces dernières années, les choses ont considérablement évolué en matière de prepress chez Novaprint. « Nous pouvons positionner automatiquement textes et images. Alors qu'auparavant les épreuves devaient être expédiées par la poste interne pour approbation, tout est aujourd'hui automatisé. »

En raison des contraintes légales, des responsabilités et des réclamations qui s'y rattachent, il est crucial que les bonnes informations figurent à une place bien assignée sur l'emballage. Chez Landewyck, ces choses sont très précisément contrôlées. En prévision d'une plus grande rationalisation du workflow et du processus interne d'approbation, Novaprint étudie actuellement les possibilités offertes par Prinect Packaging.

Nous imprimons  
même sur du papier

**37**  
grammes



# Spécialité : les notices médicales

Oss (une ville située dans le nord du Brabant hollandais) abrite une imprimerie inhabituelle. Elle fait partie du groupe MPS (Multi Packaging Solutions). Depuis la fin des années 80, cette entreprise s'est spécialisée dans les notices d'utilisation pour l'industrie pharmaceutique. En février 2017, on y a installé une nouvelle Heidelberg Speedmaster XL 106-P-D 2 couleurs avec Cutstar.

Fondée en 2005, MPS est devenue un fabricant de référence d'emballages spéciaux pour les utilisateurs finaux de produits de santé, les biens de consommation et les médias. MPS a des unités de production en Amérique du Nord, en Asie et en Europe. Elle occupe 10.000 personnes au total, dont 75 à Oss.

Nous avons rencontré Willem Langenhuyzen, General Manager Leaflets Continental Europe, responsable des sites de production de Oss, Bornem (où une Speedmaster XL 105-8-P a été installée l'an dernier) et Saint-Pierre-des-Corps.

## Une croissance continue

« Une nouvelle machine était nécessaire en raison de la croissance incessante de l'entreprise

et le développement de la demande de notices. Un développement qui nous a amenés à ouvrir un deuxième siège à Oss cette année. Nous y avons installé tout le façonnage. »

« L'imprimerie travaille avec quatre équipes et, selon la charge, en deux ou trois équipes à la finition. Et l'on y arrive à peine. La nouvelle presse remplace une autre machine de 50x70. Avec le doublement du format, nous avons réalisé un beau surcroît de capacité. Grâce à Cutstar – une alimentation de papier par rouleau – il est possible de combiner les coûts faibles de la rotation avec la souplesse de l'offset à feuilles. De plus, la perte de papier est moindre en raison du réglage de la longueur de coupe. »



### 2 et 4 couleurs

« Notre Speedmaster XL 105-P+L 4 couleurs est également équipée de Cutstar. Le L de la dénomination se rapporte à un groupe de vernissage, à cette différence près que cette unité a été transformée en dispositif de découpe. Nous pouvons ainsi fabriquer des notices fermées des deux côtés. »

Pourquoi avoir choisi une 2 couleurs et non une deuxième 4 couleurs? « Parce que notre produit de référence, la notice, est généralement imprimée en 1/1. Pour les applications couleurs – souvent en 2/2 – nous disposons de la presse XL 105-P+L déjà mentionnée. A Bornem – où se situent la plupart des entreprises pharmaceutiques : une sorte de Pharma Valley – nous disposons d'une Speedmaster 8 couleurs, mais nous y réalisons d'autres produits. Toujours pour l'industrie pharmaceutique, mais aussi pour le secteur des cosmétiques. On y utilise plus volontiers les couleurs, de même que les papiers de luxe, plus lourds. »

### Des grammages légers

« A Oss, nous imprimons uniquement sur du 40 ou du 45 grammes, et même parfois plus léger encore, du 37 grammes. Ce qui est beaucoup plus compliqué que d'imprimer sur des grammages plus lourds. Peu d'entreprises maîtrisent cette technique. Afin de diriger les bonnes notices vers les bonnes personnes, et ne jamais confondre les versions, nous avons mis en place des procédures de qualité assorties de nombreux contrôles. Certains textes sont-ils abîmés? Un blanco s'est-il glissé dans le paquet? Ces contrôles sont électromécaniques mais aussi optiques. »

### Des vitesses de pointe

Le parc machines de MPS était autrefois composé de matériels d'autres marques. Lorsqu'il s'est agi d'investir de nouvelles presses, MPS a fait un tour du marché, sous la direction d'une équipe comportant notamment deux imprimeurs. « Heidelberg est sortie vainqueur du test. Nous étions heureux de constater durant les essais que nous pouvions atteindre les 11.000 feuilles à l'heure sur notre papier extra-fin. En fait, nous avons été plus vite encore; jusqu'à 15.000! Nous avons organisé une sorte de concours. Pour garantir ces vitesses, nos imprimeurs – qui ont un profil industriel – ont même pensé à freiner l'impression. C'est fantastique! »

---

### WestRock

Multi Packaging Solutions fait partie du groupe WestRock, une entreprise cotée en bourse et acteur mondial dans le domaine des solutions sur papier et les emballages. WestRock dispose de plus de 300 sites de production, de centres de design, de laboratoires de recherche et de bureaux de vente dans le monde. Elle occupe 45.000 personnes.

---

# LES PRESSES HEIDELBERG **SUR** **LE PODIUM**

---

*... The analysis shows that Heidelberg presses produce higher volumes of print annually than competitor machines on average. This proven higher productivity...*

\*Smithers Pira, Production Capability of Pre-Owned Sheetfed Litho Presses, White Paper – October 2017

Un nouveau rapport de Smithers Pira révèle que les presses Heidelberg sont les plus productives et les plus économiques en termes de coût par feuille. Elles sont, en moyenne, de 26 à 52 % plus productives que les machines de la concurrence dans trois formats. Elles offrent un coût par feuille nettement inférieur et permettent ainsi de générer un bénéfice accru par rapport aux machines de la concurrence.

Le dernier rapport Smithers Pira – intitulé Real production capability of pre-owned sheetfed litho presses – analyse la production imprimée de près de 450 presses litho à feuilles d'occasion, âgées de moins de 10 ans et provenant de cinq constructeurs différents. Sur la moyenne de toutes les tailles de plate-forme, le rapport constate que les presses Heidelberg sont 24,1% plus productives que les machines des autres constructeurs lorsqu'on compare les chiffres de production de tous les modèles dans tous les formats. Dans le cas de la Speedmaster XL 105/106, la productivité de la presse dépasse de 66 % celle de toutes ses concurrentes. Le modèle de calcul des coûts de Smithers Pira fait apparaître des coûts de production par 1.000 feuilles inférieurs de 11%.

## **La preuve dans la productivité**

L'étude de Smithers Pira analyse la production des machines B1, B2 et B3, en mettant l'accent sur les deux plus grands formats. Sur toutes les presses B2, la production imprimée annuelle moyenne de Heidelberg dépasse de 68,5% celle des quatre autres constructeurs. Dans tous les formats B1, les presses Heidelberg (Speedmaster CD 102 et Speedmaster XL 105/106) sont en moyenne de 36 % plus productives. Lorsqu'on compare les coûts de production moyens des presses Heidelberg B1 à ceux de la concurrence, les formats XL 105/106 et CD 102 se montrent plus économiques par 1.000 feuilles. La presse Heidelberg B1 d'entrée de gamme, la Speedmaster CD 102, va jusqu'à faire mieux que le modèle concurrent le mieux équipé grâce à des coûts de production inférieurs.

---

**Andy Rae**, Global Head Marketing chez Heidelberg Druckmaschinen: «Ce que prouve cette étude, c'est qu'en achetant une presse neuve à un autre constructeur, quel qu'en soit le prix, elle vous reviendra plus cher à la feuille. Même avec un supplément de prix d'achat de 25 %, les machines Heidelberg ne doivent produire que 8,75 % de plus pour justifier la différence de prix par rapport à leurs concurrentes!»

Achevé d'imprimer en décembre 2017

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 2 727 31 11

**Heidelberg Benelux bv**  
Mollerusweg 102, 2031 BZ Haarlem  
Postbus 2628, 2002 RC Haarlem  
T +31 23 512 15 11

E [info.bnl@heidelberg.com](mailto:info.bnl@heidelberg.com)  
[www.heidelberg.com/bnl](http://www.heidelberg.com/bnl)

**Coordination** Efrem Neveux

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

**Typographie** Heidelberg Antiqua  
et Heidelberg Gothic

**Photos** Nicolas van Haaren

**Design graphique** [www.voltage.nl](http://www.voltage.nl)

**Traduction** Misty Meadows sa

Reproduction autorisée après accord  
écrit de l'éditeur

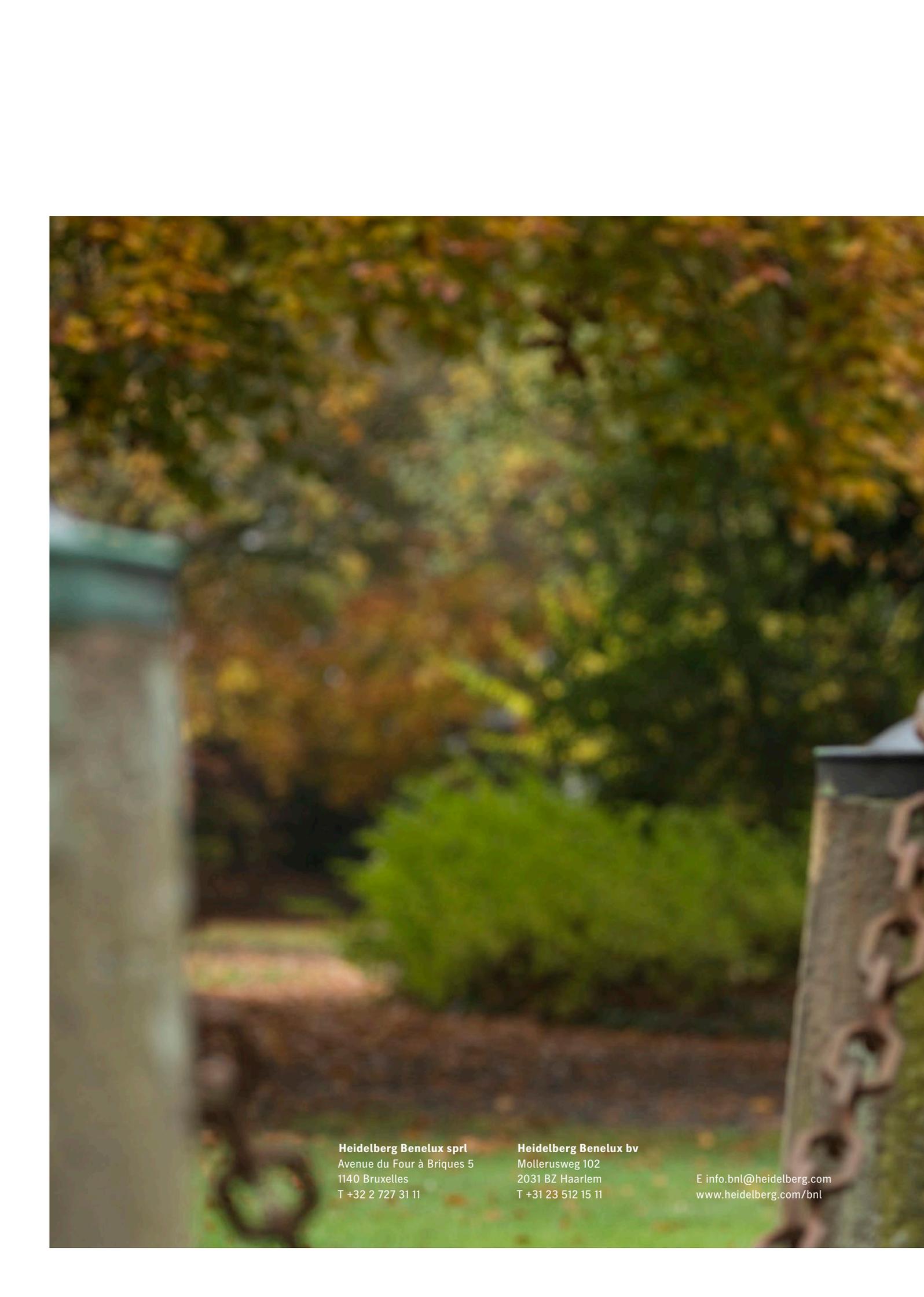
Nederlandstalige uitgave op aanvraag

# 10 BONNES RAISONS DE CHOISIR NOTRE **ESHOP**

- 1. Disponibilité.** Notre eShop est accessible 7 jours par semaine et 24 heures/24, et cela à partir de votre PC, votre laptop ou votre smartphone.
- 2. Page d'accueil personnalisée.** Une fois connecté, vous avez directement accès à vos listes personnelles, l'historique de vos commandes et vos prix. L'onglet « Mes Produits » reprend la liste de vos commandes des deux dernières années. Vous pouvez recommander les produits d'un ordre précédent en les sélectionnant dans l'historique.
- 3. Facilité d'utilisation.** Pour passer une commande, plusieurs possibilités s'offrent à vous : via vos listes personnelles, l'historique de vos commandes ou « Mes produits ».
- 4. Plusieurs utilisateurs.** L'utilisateur principal peut donner accès à plusieurs autres utilisateurs.
- 5. Confirmation par e-mail.** Dès qu'une commande est placée, vous en recevez immédiatement confirmation par e-mail.
- 6. Portefeuille extensif.** Tous nos consommables figurent dans notre eShop, de même que toutes les pièces de rechange originales.
- 7. Présentation claire et à jour.** La navigation dans le site est simple, avec des descriptions détaillées par produit et des fonctions de filtrage. De plus, vous voyez si un article est en stock. L'information est actualisée en permanence.
- 8. Actions spéciales** Découvrez les premiers nos concours et nos actions spéciales.
- 9. Informations utiles.** Soyez toujours au courant. Vous pouvez télécharger à partir de notre eShop toutes fiches de sécurité (fiches MSDS) et données techniques nécessaires.
- 10. Savoir-faire.** Au Benelux, nous bénéficions de plus de 50 ans d'expérience dans la vente et l'utilisation de consommables. Nos spécialistes possèdent une connaissance étendue des applications, des matériaux complexes et des législations qui s'y rapportent. En cas de question, vous pouvez les consulter directement.

Notre eShop est naturellement en perpétuelle amélioration. Nous proposons en permanence de nouvelles fonctions et de nouvelles informations. Vous découvrirez bientôt des vidéos explicatives avec des séquences d'instruction, ainsi que des trucs et astuces pour différents produits.





**Heidelberg Benelux sprl**  
Avenue du Four à Briques 5  
1140 Bruxelles  
T +32 2 727 31 11

**Heidelberg Benelux bv**  
Mollerusweg 102  
2031 BZ Haarlem  
T +31 23 512 15 11

E [info.bnl@heidelberg.com](mailto:info.bnl@heidelberg.com)  
[www.heidelberg.com/bnl](http://www.heidelberg.com/bnl)