HN

~~Mon usine,~~
~~mes machines,~~
~~mes soucis.~~
Mon business!

#SubscriptionModel

Heidelberg News 281 • Le magazine clients • Depuis 1930

HEIDELBERG

26

Croissance féérique avec le système d'impression en ligne ICS 670 – l'imprimeur d'emballage Al Mawrid dans le Golfe Persique

34

Interview de Robert Dembinski sur les expériences de Lensing Druck avec le modèle de souscription de Heidelberg

42

Moteur de croissance : comment le spécialiste de la pharmacie Rondo met en œuvre de nouvelles opporrtunités commerciales avec la Primefire 106

Sommaire

04 Actualités
Tendances et nouveautés du monde de l'imprimerie

06 Laboratoire d'idées pour l'avenir
Le nouveau centre d'innovation de Heidelberg

10 La championne du monde fête ses 70 ans
Sincères félicitations, Stahlfolder !

12 Bon plan
Concevoir un chagement de stratégie avec le « Business Modell Canvas »

15 Comme si c'était gaufré
Nouveau bouquet pour ennoblissements : vernis tactiles

16 Du créneau au succès
Le LED UV, moteur de croissance

19 Boîtes pliantes venues du cloud
boxuni : la nouvelle plate-forme de Heidelberg pour imprimeurs d'emballages

20 L'appli fitness pour imprimeries
Digital Services : ce qu'ils savent faire et ce qu'ils apportent

24 Quand la complexité se fait simple
Performance par simple clic : l'assistance Heidelberg

26 Une oasis de réussite
Al Mawrid Printing à Charjah

32 La productivité l'emporte sur le prix
Ce que doit vraiment coûter une presse

34 « Je suis un fan du modèle »
Comment Lensing Druck profite du modèle de souscription

40 Vite, vite
Le nouveau CutStar 162 en service chez Saxoprint

42 Une avance décisive
Rondo réalise l'approvisionnement à la demande avec la Primefire 106

46 Tient mieux et brille davantage
Processus stable d'ennoblissement en ligne avec le FoilStar Cure

47 Un petit paquet de muscles
Encolleuse compacte : la nouvelle Diana Go

48 Oui, je veux !
À commander gratuitement : le « Versafire Wedding-Kit »

50 Concours

51 Imprimer en …
Comment imprime-t-on dans le monde ? Cette fois : en Pologne

51 Édition

Heidelberg Online

Abonnez-vous à notre canal sur YouTube. Vous y trouverez en permanence des vidéos sur les nouvelles fonctionnalités de nos machines, les développements actuels et les sites de Heidelberg – par exemple une visite passionnante de notre Print Media Center Packaging : **heidelberg.com/pmcp**

Suivez-nous sur Facebook et adhérez à notre communauté, en bénéficiant quotidiennement d'informations d'actualité, d'annonces de manifestations et de mises à jour liées à la transformation numérique : **facebook.com/heidelbergerdruck**

Rendez-nous visite sur Linkedin et partagez nos plus récentes mises à jour dans votre réseau professionnel : **linkedin.com/company/heidelberg**

Venez faire un tour sur notre site web. Vous y trouverez toutes les informations concernant nos offres de machines, de consommables et de services : **heidelberg.com**

Productivité et créativité : les meilleures amies du monde

La progression des performances et de la numérisation des machines fait que la productivité du secteur de l'imprimerie est appelée à doubler ces dix prochaines années. Au vu de la hausse des prix des ressources et de la poursuite de la baisse des tirages, c'est d'ailleurs une nécessité urgente car la marge se transfè re de plus en plus dans les process. Vous lirez dans ce numéro comment les imprimeries peuvent desserrer les freins de leur productivité avec le nouveau modèle de souscription de Heidelberg, et nous parlerons avec Robert Dembinski de Lensing Druck des avantages du modèle mettant à disposition les machines, les consommables et les services de Heidelberg.

La productivité n'est toutefois que l'une des réponses aux multiples défis de la transformation numérique. Les nouveaux arrivants créatifs ou acteurs bien établis montrent par des modèles économiques innovants qu'ils ne veulent pas être seulement 10 pour cent meilleurs, mais 100 pour cent différents. Certains s'approprient ainsi une place de choix sur le créneau. D'autres veulent mettre sens dessus dessous des marchés tout entiers. L'heure est donc, plus que jamais, à faire preuve de courage et de perspicacité. Essayez – avec le « Business Modell Canvas » joint à ce numéro. Le modèle-type vous aide à développer de nouvelles idées d'activités et à mettre au banc d'essai les principaux facteurs de réussite. Vous trouverez des suggestions dans ce magazine, tout comme des techniques innovantes de mise en œuvre.

Nous vous en souhaitons bonne lecture !

Ecrivez-nous et dites-nous si les HN vous ont plu.
Nous attendons vos critiques ou vos louanges

heidelberg.news@heidelberg.com

Sacs en blanchet

Les sacs de Sag+Sal sont tous faits main, robustes, uniques et leur histoire est imprimée dessus. Le clou : Ils sont en blanchets d'offset usagés et ne sont pas cousus mais pliés d'une seule pièce et assemblés par des vis de reliure.

En général les imprimeries se contentent tout simplement de mettre au rebut les blanchets usagés, constitués d'un tissu composite de caoutchouc hydrophobe. Bien trop dommage, se dirent les techniciens d'imprimerie Andjelko Artic et Rupert Jensch lorsqu'ils fondèrent leur manufacture d'upcycling à Berlin en 2009. Les blanchets, essentiellement issus de l'impression UV, ont exécuté jusqu'à un demi-million d'impressions lorsque les deux entrepreneurs les choisissent pour les mettre en forme de leurs propres mains. Les sacs en blanchet d'offset de Sag+Sal existent en plusieurs tailles sous forme de sac messenger ou de sac à main ; mais ils sont aussi disponibles en versions spéciales.

www.sagsal.com

Laver plus vite, imprimer plus tôt

Les dispositifs de lavage de Heidelberg réduisent les temps d'attente improductifs pour que les imprimeries soient plus vite prêtes à attaquer le travail suivant / Encore occupé à laver ou déjà en train d'imprimer le nouveau travail ? Selon la réponse, l'imprimerie perd plus ou moins d'argent. Car beaucoup de travaux différents signifient de nombreuses opérations de lavage et donc beaucoup de temps improductifs. Les dispositifs de lavage « intelligents » d'une grande convivialité accroissent le temps productif.

Dans de nombreux cas les fonctions du système permettent de réduire le temps de lavage de 50 pour cent. Comment ? Par des opérations de lavage parallèles avec des dispositifs distincts. Le blanchet et le cylindre d'impression peuvent être nettoyés simultanément. « L'opération de mise en route la plus fréquente est le lavage de blanchet. Les dispositifs de lavage de blanchet sont particulièrement rapides et efficaces, ce qui permet aux imprimeries d'économiser beaucoup de temps », déclare Arnd Westermann, manager produits Heidelberg.

Le nettoyage en profondeur automatique de la Speedmaster XL 106 constitue un avantage supplémentaire, surtout pour les imprimeurs d'emballages : en effet, lors de l'utilisation de couleurs spéciales ou du changement de couleurs contrastées (du bleu foncé au jaune par exemple), vous pouvez encore mieux nettoyer les rouleaux encreurs avec un produit de lavage spécial et réduire ainsi le temps de lavage. S'ajoute à cela le fait qu'il nest plus nécessaire d'arrêter la machine de remplissage de la pâte de lavage.

Seule une Speedmaster XL 106 avec Hycolor Multidrive lave encore plus vite. « Grâce à Hycolor Multidrive, les dispositifs d'encrage et de mouillage fonctionnent indépendamment de l'entrainement principal. Le lavage du dispositif d'encrage peut donc être effectué parallèlement à l'échange des plaques d'impression et de vernissage ou simultanément au lavage des blanchets et des cylindres d'impression », précise Westermann. Les temps de préparation s'en trouvent encore réduits de 15 à 5 minutes.

Grâce à des programmes intelligents la consommation de produits de lavage est d'ores et déjà très faible. Mais il est possible de faire encore plus propre car tous les dispositifs de lavage fonctionnent aussi avec des produits biodégradables plus respectueux de l'environnement.

Pour en savoir plus de la bouche d'un expert :

heidelberg.com/fr/smart-wash

L'union fait la force en faveur du climat

Les clients Heidelberg peuvent compenser les gaz à effet de serre dégagés lors de la fabrication de leur machine à imprimer par l'achat du certificat « equipment CO_2 neutral » de Heidelberg. Non seulement c'est bon pour le climat, mais c'est aussi un signe de prise de conscience de leurs responsabilités. En effet, depuis le mois d'octobre 2018, les recettes des crédits carbone sont versées au projet de reforestation « Soddo » de l'organisation non gouvernementale World Vision en Éthiopie. Le projet, certifié par le Gold Standard, a pour but de promouvoir non seulement la diversité des espèces et la protection du climat, mais aussi des objectifs de durabilité importants fixés par les Nations Unies tels que la participation au niveau local et le développement régional.

Sur une superficie de 500 hectares des hauts plateaux du Mount Damota, près de la ville de Soddo, les habitants ont déjà planté 48 000 arbres et prennent soin des jeunes pousses et des peuplements forestiers endommagés. L'investissement dans un certificat – soit environ 0,3 pour cent du prix d'acquisition d'une machine – se rentabilise aussi en termes d'image pour les imprimeries. Les protections des groupes d'impression portent le label « CO_2 neutral » et vous êtes autorisé à faire de la publicité avec le logo « equipment CO_2 neutral ».

Il n'est jamais trop tard pour protéger l'environnement. Rendez a posteriori votre presse « neutre en CO_2 » :

heidelberg.com/co2

Sur les hauts plateaux du Mount Damota, les habitants de Soddo ont entre-temps planté plus de 48 000 jeunes arbres et s'emploient à soigner les arbres endommagés.

Fabrique d’idées pour l’avenir de l’industrie graphique

Au nouveau centre d’innovation de Heidelberg à Wiesloch, plus de 1000 collaborateurs dont près de 750 ingénieurs et concepteurs œuvrent à la réalisation des futurs souhaits des clients. Regard sur le centre de recherche de l’industrie graphique le plus moderne du monde.

Frank Kropp est assis dans son bureau et passe en revue ce à quoi il a contribué ces dernières années : le centre d'innovation de Heidelberg (IVZ). Le bureau du directeur des études est entièrement vitré, il a ainsi une vue sur les postes de travail des équipes. « Je n'ai pas l'impression d'être assis dans un espace fermé », explique Kropp. « Notre environnement de travail donne de un sentiment de communauté. »

Ce ressenti est aussi dû aux 13 groupements de bureaux, entièrement transparents, appelés « quartiers » dont chacun peut accueillir jusqu'à 80 personnes. Ces quartiers se répartissent dans l'ancien atelier d'assemblage dans lequel le centre a été intégré et ressemblent à un petit lotissement à part. Pour offrir à chacun ce dont il a besoin pour accomplir ses tâches, il existe à côté de chaque poste de travail divers espaces pour se réunir et communiquer, des zones de récréation, cafétérias et postes de travail en plein air. À quelques exceptions près, il n'existe pas dans le centre d'innovation de bureaux individuels. « Nous y avons sciemment renoncé pour minimiser les hiérarchies autant que possible et faire place à des modes de travail agiles d'égal à égal. »

L'AVENIR DU SECTEUR DE L'IMPRIMERIE SOUS UN MÊME TOIT

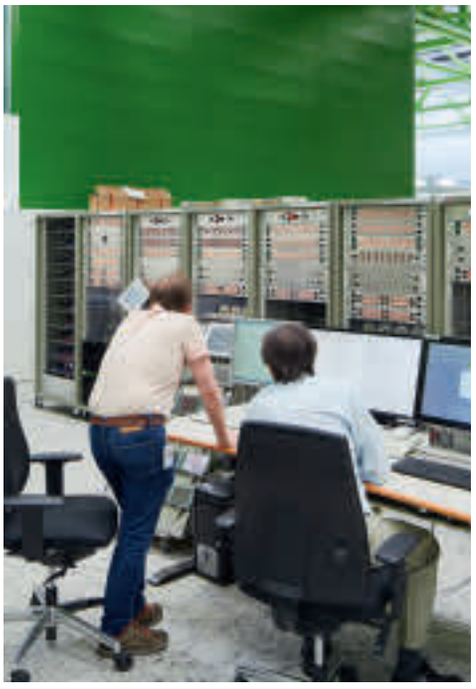
Le centre de recherche de l'industrie graphique le plus moderne du monde a couté près de 50 millions d'euros. Kropp et son équipe s'étaient informés au préalable sur les conditions auprès de précurseurs new-yorkais tels que Google et s'étaient demandé : qu'est-ce qui nous convient et comment voulons-nous travailler à l'avenir ?

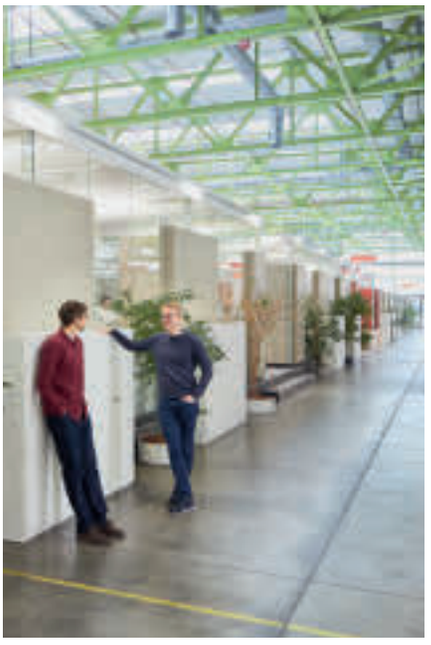
La phase de planification et de construction a duré environ trois ans, les collaborateurs ont quitté Heidelberg pour s'installer dans l'ancien atelier d'assemblage de Wiesloch-Walldorf, situé en plein centre du site. 660 chargements de camion ont été nécessaires pour acheminer environ 8000 cartons et 1500 ordinateurs vers le nouveau centre d'innovation. Il sert à présent de trait d'union entre le Print Media Center, où les produits sont présentés aux clients avec des applications réelles, et la production, où près de 1000 collaborateurs de diverses disciplines travaillent à l'avenir du secteur graphique.

Les bureaux paysagers modernes y contribuent, stimulent la créativité et l'agilité au travail. « Travailler seul à la résolution d'un problème, ne fonctionne plus aujourd'hui. Le secteur est devenu à cet égard bien trop complexe et dynamique », souligne Kropp. Le nouveau centre est destiné à doper l'esprit d'innovation

Le centre de recherche le plus moderne de l'industrie graphique abrite près de 750 ingénieurs d'études et concepteurs.

Échange permanent, concentration au travail et savoir-faire sont les principaux ingrédients pour concevoir l'avenir de l'industrie de l'imprimerie sur les 30 000 m² du centre d'innovation.





et à combler ainsi les lacunes de l'automatisation, à améliorer l'efficacité des moyens de production des imprimeries et à concrétiser plus rapidement les exigences spécifiques. Rainer Hundsdörfer, président du directoire, formule cet objectif ainsi : « Notre fabrique d'idées a été conçue pour étendre à l'avenir notre leadership technologique également au domaine de la numérisation de l'industrie graphique. »

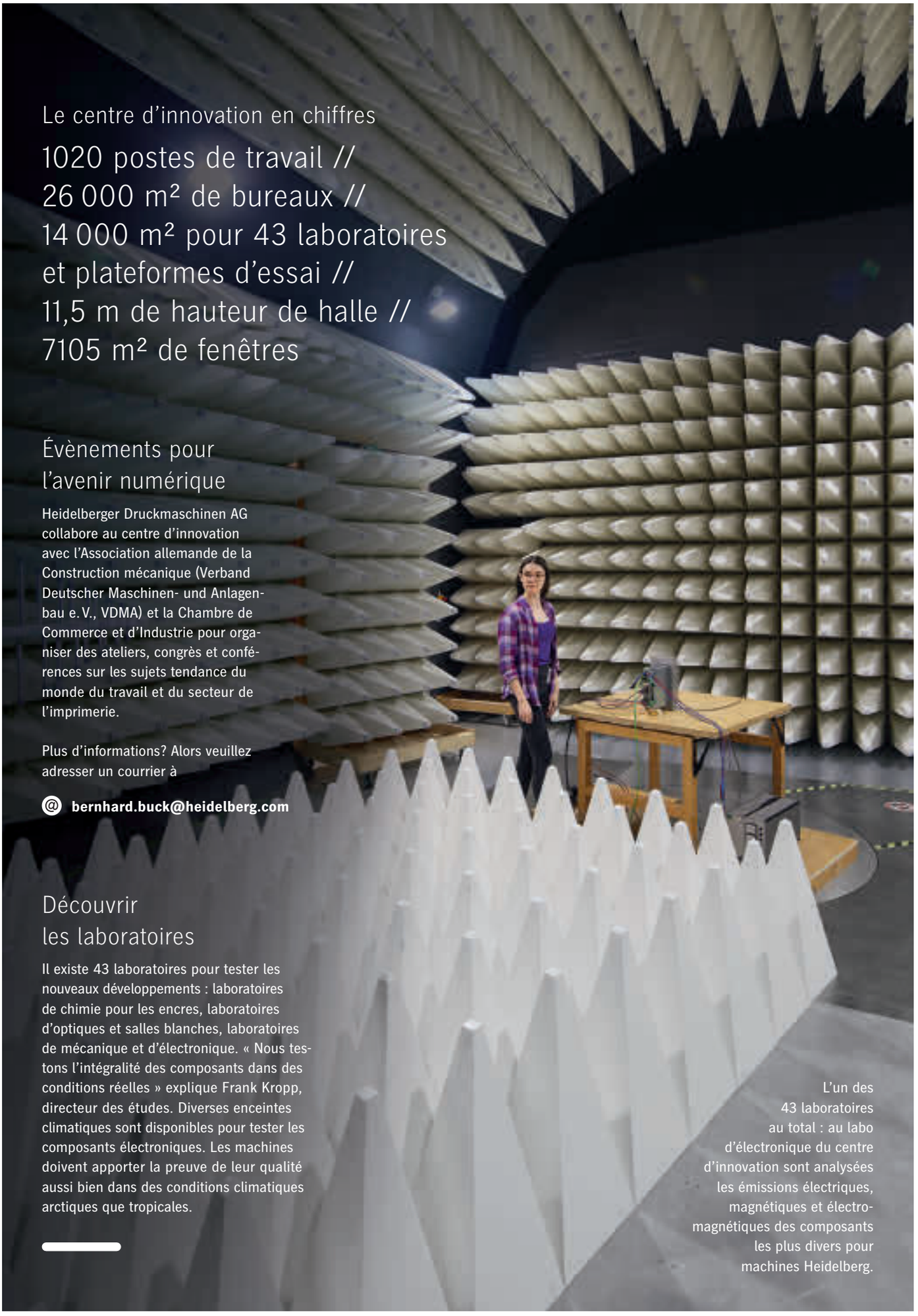
Pour Frank Kropp cela signifie entre autres : échange permanent avec les collègues. Grâce à la proximité et à une infrastructure ouverte, il est beaucoup plus simple de débattre de questions directement avec tous les interlocuteurs plutôt que de communiquer laborieusement par mail. Les collaborateurs se rendent aussi bien plus souvent qu'avant à son bureau. « Ces courtes concertations nous font progresser bien plus vite et le volume de mails a nettement régressé », explique Kropp.

INNOVATIONS À PLUS-VALUE MESURABLE

L'IVZ n'a cependant pas pour seul objectif d'optimiser et d'accélérer les processus de conception et de développement mais aussi d'intensifier la collaboration avec les clients. « Dans le domaine de l'emballage notamment, les nombreux souhaits et exigences spécifiques peuvent être débattus ensemble ici, au centre d'innovation, pour en dégager des produits innovants concrets », indique Kropp. Meilleur exemple : Saxoprint. Heidelberg a conçu, en étroite collaboration avec l'imprimeur en ligne de Dresde, le CutStar 162, le premier dispositif au monde à débiter les bobines en feuilles pour le grand format. Combiné à une Speedmaster XL 162 huit couleurs avec dispositif de retournement et nouveau kit pour papier de faible grammage, le CutStar 162 a pratiquement doublé le rendement de l'imprimerie. « Nos innovations reposent sur les défis actuels du secteur et sont conçues dans la perspective de fournir à nos clients une franche plus-value mesurable », précise Kropp fièrement. Pour ce faire, les conditions réunies à l'IVZ sont vraiment idéales.

Accompagnez notre collègue Kerstin Haase dans son tour du centre d'innovation :

heidelberg.com/ivz-video



Le centre d'innovation en chiffres

1020 postes de travail //
26 000 m² de bureaux //
14 000 m² pour 43 laboratoires et plateformes d'essai //
11,5 m de hauteur de halle //
7105 m² de fenêtres

Évènements pour l'avenir numérique

Heidelberger Druckmaschinen AG collabore au centre d'innovation avec l'Association allemande de la Construction mécanique (Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V., VDMA) et la Chambre de Commerce et d'Industrie pour organiser des ateliers, congrès et conférences sur les sujets tendance du monde du travail et du secteur de l'imprimerie.

Plus d'informations? Alors veuillez adresser un courrier à

@ **bernhard.buck@heidelberg.com**

Découvrir les laboratoires

Il existe 43 laboratoires pour tester les nouveaux développements : laboratoires de chimie pour les encres, laboratoires d'optiques et salles blanches, laboratoires de mécanique et d'électronique. « Nous testons l'intégralité des composants dans des conditions réelles » explique Frank Kropp, directeur des études. Diverses enceintes climatiques sont disponibles pour tester les composants électroniques. Les machines doivent apporter la preuve de leur qualité aussi bien dans des conditions climatiques arctiques que tropicales.

L'un des 43 laboratoires au total : au labo d'électronique du centre d'innovation sont analysées les émissions électriques, magnétiques et électromagnétiques des composants les plus divers pour machines Heidelberg.

La championne du monde fête ses 70 ans

En construisant il y a 70 ans sa première plieuse, le fabricant souabe Kurt Stahl posait la première pierre d'une histoire à succès unique en son genre. Les plieuses portant son nom devaient en effet vite s'imposer et devenir les leaders du marché.

Marge à la main, deux poches plieuses et deux plis croisés maximum – il y a des années-lumière entre la technologie des premiers modèles et les plieuses actuelles qui, fidèles à la philosophie « Push to Stop » de Heidelberg, produisent plusieurs signatures sans intervention manuelle à une vitesse allant jusqu'à 16 000 feuilles à l'heure. Or ce sont précisément ces multiples bonds de performances qui ont fait de la Stahlfolder une plieuse ayant tant de succès. Par exemple avec la « Stahl Variabel » qui, avec ses largeurs de travail variables, s'est hissée au rang de best-seller dans les années 60.

L'automatisation et, avec elle, la productivité et la convivialité augmentent dans les années qui suivent. Les étapes cruciales sont la lame plieuse électronique, introduite avec la série KC, et la présentation du préréglage par PC au salon Drupa 1986. Au Drupa 1995, Stahl expose avec la série TD/KD la première plieuse à commande numérique par bus CAN. En 2004, Heidelberg lance sur le marché la génération des Stahlfolder TH / KH, toutes construites sur la même plate-forme et établissant de nouveau des références par de nouvelles possibilités d'automatisation grâce à la nouvelle plate-forme de commande MCT.

La Stahlfolder KH 82 marque alors l'avènement de la première plieuse combinée entièrement automatisée, avec des vitesses allant pour la première fois jusqu'à 230 m/min. La Stahlfolder KH 82 est aujourd'hui, avec plus de 400 installations dans le monde, la plieuse combinée automatisée ayant le plus de succès. Le plus grand bond en termes de productivité est celui obtenu par les modèles Stahlfolder TH 82-P et KH 82-P, grâce au principe de pliage breveté en nappe. Celui-ci permet des gains de productivité de plus de cinquante pour cent sans augmenter la vitesse. Les machines atteignent des performances allant jusqu'à 16 000 feuilles à l'heure pour des signatures au format DIN A4 et ce, à des vitesses ne dépassant pas 160 m/min. Ce qui, même à des performances de pointe, garantit la meilleure qualité de pliage possible.

Pour fêter cette date mémorable, Heidelberg propose une version limitée «Anniversary Edition» de sa plieuse combinée automatisée Stahlfolder KH 82 avec une remise de plus de 25 000 euros sur le prix de vente habituel*.

Pour de plus amples informations sur les promotions d'anniversaire :

heidelberg.com/stahlfolder/70ans

La remise accordée se rapporte au prix de vente net et dépend de la disponibilité de l'offre dans le pays considéré et ne s'applique donc qu'aux pays participants et à la machine indiquée. Les remises peuvent donc également varier selon le pays. Cette page ne constitue pas une offre contractuelle et sert donc uniquement d'information, sans aucun engagement. Veuillez vous adresser à votre agence Heidelberg pour de plus amples informations. L'offre est limitée dans le temps et en volume.

Etapes décisives

1949 / Kurt Stahl et Adolf I. Döpfert créent la société Stahl & Co. Maschinenfabrik à Ludwigsburg.

1954 / Les premières plieuses présentées au salon drupa fonctionnent avec marge à la main et sont dotées au maximum, selon le modèle, de 2 poches plieuses et de 2 plis croisés.

1960 / Premier modèle à succès de la « Stahl Variabel », avec largeurs de travail de 58, 72, 86 et 100 cm.

1982 / Vitesse maximale de pliage de 150 m/min (Flex-O-Mat).

1984 / Plieuse combinée KC « Compact », présentée pour la première fois avec lame plieuse électronique.

1988 / La plieuse à poches Top Cat atteint une vitesse de pliage de 200 m/min.

2000 / Heidelberger Druckmaschinen AG rachète la société Stahl. Pour la première fois, des plieuses sont présentées au drupa sous le nom de Stahlfolder.

2004 / Lancement de la série TH/KH, dont près de 3500 exemplaires ont été livrés à ce jour.

2008 / Présentation au drupa de la Stahlfolder KH 82 à pli croisé entièrement automatisé.

2012 / Présentation au drupa du margeur PFX à fonction « marge des feuilles en nappe ».

2016 / Présentation au drupa de la nouvelle génération Stahlfolder TH/KH 82-P à solutions brevetées de « pliage en nappe ».

2018 / Production « Push to Stop » sans intervention manuelle de l'opérateur (Stahlfolder TH/KH 82-P).

Key partners

Key activities

Value propositions

Bon Plan

Quand on veut s'engager dans de nouvelles activités sans couler, il faut avoir un modèle à toute épreuve. Le « Business Modell Canvas » aide à cet égard à transformer les premières idées en un modèle économique porteur.

Cost structures

Il suffit parfois d'une petite correction au modèle économique existant ou d'un investissement bien pensé pour acquérir de nouveaux clients et relancer le chiffre d'affaires. Mais quelle est l'idée nouvelle vraiment bonne ou l'investissement vraiment prometteur, quels sont les facteurs importants de la réussite et faut-il des ressources additionnelles invisibles au premier abord ?

C'est à ces questions et à bien d'autres que répond le « Business Model Canvas » (en encart dans ce numéro des HN). Cette méthodologie de planification a été conçue par le chef d'entreprise, formateur et auteur suisse Alexander Osterwalder et sert à la description de modèles économiques. Ce qui fonctionne dans d'autres industries aide aussi les imprimeries à se poser et à traiter pas à pas toutes les questions épineuses d'une réorientation ou d'un repositionnement de leurs activités. Il est ainsi possible de voir d'un coup d'œil si tous les points importants ont été pris en compte et si le plan peut finalement marcher.

DÉTECTER ET MOBILISER LES POTENTIELS

Ce ne sont pas les potentiels susceptibles d'améliorer les affaires qui manquent dans le secteur. Y compris et surtout quand les imprimeries mettent à profit leur excellente connaissance des process non seulement pour l'impression pure et simple, mais aussi au delà – par exemple en proposant leur savoir-faire de producteur sous forme de service. Les opportunités sont actuellement d'autant plus réelles que les agences se replient de plus en plus sur leur cœur de métier : la créativité. Il reste alors un vide que les imprimeries peuvent reconquérir avec peu de moyens et commercialiser avec bénéfice.

Des idées comme celle-là, il y en a beaucoup. Le « Business Model Canvas » permet de les transformer en modèle économique porteur. À la base, figure un genre de « canevas » à neuf cases. Chaque case représente un facteur de réussite à prendre en compte – des activités clés aux coûts et partenaires éventuellement nécessaires, en passant par la promesse d'utilité. Pour chaque facteur, il faut répondre à un certain nombre de questions. Par exemple, si un partenariat avec Heidelberg sur la base du modèle de souscription serait judicieux ? Quels seraient les pour ? Quels seraient les contre ? En traitant ainsi point par point la matrice, on se rapproche pas à pas de la mise en œuvre d'une idée.

SANS CESSE REMIS EN QUESTION

Le meilleur moyen de remplir les cases est de le faire en équipe et par post-its, les petits papillons pouvant se déplacer, se remplacer et se mettre en relation. Une fois que toutes les cases sont remplies, on a déjà une

Customer relationships

Customer segments

POSTER DANS LE MAGAZINE

première image susceptible de s'affiner par la suite. Dix à douze reprises sont usuelles avant que le plan ne prenne finalement forme et se mette à se transformer en un modèle à même d'affronter le marché.

Une chose est à noter par les chefs d'entreprise : le « Business Model Canvas » ne saurait remplacer le « Business Plan » que veulent voir les banques en cas de financement. Pourquoi alors faire double travail s'il faut de toute manière élaborer en fin de compte le « Business Plan » classique ? C'est tout simple : le travail sur le « Business Modell Canvas » est l'idéal pour se préparer à un « Business Plan » éventuellement nécessaire. Car ce qui figure en fin de compte sur le canevas est l'aboutissement d'un processus itératif, sans cesse remis en question, vérifié et complété. Les résultats, mis en forme, peuvent s'intégrer à un « Business Plan ». Les premiers obstacles sur la voie du repositionnement sont ainsi franchis.

Vous voulez en savoir plus ?
N'hésitez pas à écrire à :

@ **sebastian.schwarz@heidelberg.com**

« Grâce au passage à l'impression LED UV, nous produisons aujourd'hui avec succès des applications spéciales que l'on ne trouve dans aucune imprimerie en ligne. »

Peter Wiesendanger
Gérant de la société Wiesendanger medien GmbH, Murnau, Allemagne

« Notre réussite est basée sur l'authenticité et la richesse de notre offre. C'est en en occupant une niche commerciale que nous nous sommes fait un nom. Nos clients apprécient, d'une part, les services de notre «lettershop», produisant des publipostages. Nous nous sommes spécialisés, d'autre part, dans l'impression de matières plastiques.

Pour être encore plus souples et plus performants dans ce domaine, nous avons investi en 2017 dans une Speedmaster SX 52 cinq couleurs et vernis. La presse peut s'utiliser, au choix, avec encres entièrement UV ou encres LED UV. Ce qui nous rend beaucoup plus souples dans l'impression sur plastiques. Désormais, nous pouvons aussi réaliser des tapis de souris, paillassons ou boîtes-cadeaux haut de gamme. Mais nous avons surtout réussi à bien nous positionner dans ce créneau. Et comme ces produits exigent beaucoup d'assistance-conseil, nos clients nous sont très fidèles. Il n'y a par ailleurs que peu de fournisseurs à avoir une gamme comparable, si bien que l'investissement dans la presse a aussi été un investissement dans notre avenir. »

Customer relationships

« Petite imprimerie d'enveloppes, nous sommes aujourd'hui aussi rentables qu'une grande entreprise. »

Markus Bieler
Société Bieler Kuvert Druck AG,
Wollerau, Suisse

« Nous sommes spécialisés dans l'impression d'enveloppes, mais proposons aussi des imprimés commerciaux. Il y a deux ans, nous avons décidé d'élargir nos activités et étions en quête d'une presse répondant au plus haut niveau de qualité et augmentant en même temps notre productivité. En avril 2017, nous avons trouvé exactement ce qu'il nous fallait dans la Speedmaster SX 52 quatre couleurs LED UV.

Nous avons depuis la rentabilité nécessaire dans l'impression d'enveloppes et obtenons d'excellents résultats à l'impression. Nous profitons à cet égard de la qualité incomparable du dispositif de mouillage et encrage ainsi que de la grande précision du repérage, ce qui nous permet d'imprimer sans problème des motifs à fond perdu en recto-verso. Même dans le cas de petits éléments graphiques et textuels à faible prise d'encre, nous obtenons des résultats de qualité constante. Nous imprimons désormais quelque 50 millions d'enveloppes par an. »

Customer segments

« Dans notre métier, il faut un maximum de qualité et de courts délais de livraison. Sur ces points, nous sommes aujourd'hui quasiment imbattables. »

Eric Brechbühl
Imprimerie Gessler.Zwahlen, St-Blaise, Suisse

« Beaucoup de nos clients viennent de l'horlogerie. Qualité au plus haut niveau et rapidité de livraison sont chez nous à l'ordre du jour. Comme nos clients demandent de plus en plus une plus grande diversité de supports, nous imprimons depuis fin 2017 sur une Speedmaster SX 52 quatre couleurs à équipement UV et séchage LED, unique en son genre dans l'ouest de la Suisse et qui nous vaut plusieurs avantages concurrentiels.

Ainsi, nous pouvons imprimer sur quasiment n'importe quel support, en misant toutefois sur les consommables Saphira, parfaitement adaptés à la presse et certifiés pour cet usage. Nous œuvrons en outre pour l'environnement en faisant des économies d'énergie avec le procédé LED UV et en ne produisant pas d'ozone. Mais le plus grand progrès pour nous est de pouvoir faire passer immédiatement les imprimés au façonnage. Nous sommes ainsi pratiquement sans concurrence sur les délais de livraison. »

Comme si c'était gaufré

« Tactile Coatings » – le nouvel ensemble complet pour ennoblissements par vernis structuré / Ce qui était jusqu'ici l'apanage de la sérigraphie est aujourd'hui également possible en offset : ennoblir haptiquement des imprimés par vernis structuré. L'ensemble complet Tactile Coatings permet désormais aux imprimeries offset d'utiliser cette technique en la sortant simplement de son emballage, pour se démarquer de la concurrence par de nouvelles idées d'ennoblissement. Tactile Coatings est uniquement disponible sous forme de solution complète et se compose d'un rouleau tramé développé par Heidelberg, de vernis Saphira adaptés ainsi que du savoir-faire applicatif nécessaire pour se passer des tests coûteux à effectuer par l'entreprise. Un spécialiste de Heidelberg est présent sur place et explique comment implémenter la technologie sans déstabiliser les process existants.

L'ennoblissement se fait soit en ligne, sur presse à double vernis, soit en deux passages avec un système de racle à chambre courant compatible UV. Tactile Coatings s'adresse surtout aux imprimeries désirant ajouter sans complication à leur gamme une variante d'ennoblissement intéressante. Tactile Coatings permet ainsi la simulation de gaufrages complexes. Des structures superficielles peuvent en outre être créées en ligne sur boîtes, brochures ou pages de titre de revues – comme sur celle de la présente édition des Heidelberg News. La sensation tactile produite par le vernis structuré appliqués sur les nuages de la page de titre suffit pour s'en convaincre.

Vous voulez en savoir plus sur cette application et sur la manière de la mettre en œuvre dans votre salle des presses ? N'hésitez pas à nous en parler :

application-support@heidelberg.com

Vous trouverez ici plus de sensations haptiques :

heidelberg.com/fr/touch

Du créneau au succès

Réservée au départ à l'impression de labeur en quadrichromie, la technologie LED UV conquiert de plus en plus de segments du marché et offre aux imprimeries un gros potentiel de différenciation. Le nombre d'applications dans lesquelles le procédé d'impression LED crée un avantage concurrentiel par ses propriétés particulières est en augmentation constante.

Les spécialistes de cette application qui croulent sous les commandes et les demandes d'essais d'impression les plus divers font que la presse de démonstration installée au Print Media Center de Wiesloch-Walldorf ne chôme pas. « Les entreprises peuvent ici se faire aisément une idée des avantages que peut présenter la technique LED pour leur modèle économique et leur compétitivité. Pour l'imprimeur d'étiquettes et d'emballages, la réduction des attentes et l'apport de chaleur plus faible par rapport aux lampes UV sont des facteurs intéressants pour la production de supports PE ou PP thermosensibles », explique Martin Zibold, chef de produits Sheetfed.

MEILLEURS RÉSULTATS ET TEMPS DE PASSAGE PLUS COURTS

Au cœur de la technologie Heidelberg figurent le système de séchage maison DryStar LED ainsi que le développement et la qualification de consommables adaptés. Le LED UV ouvre de nouvelles possibilités d'assurer et d'augmenter la qualité et la productivité.

Le DryStar LED est le seul système LED UV du marché à être totalement intégré à l'interface utilisateur du Prinect Press Center. Ce haut degré d'automatisation permet des temps de mise en train quasi identiques à ceux de l'impression classique. Avec le gros plus d'avoir des feuilles imprimées sèches et directement façonnables. « La production devient ainsi mieux gérable, les délais de livraison raccourcissent, l'entreposage nécessite moins de place et il y a moins de capital immobilisé dans les produits semi-finis – tout va plus vite », explique Martin Zibold. Mais ce n'est pas tout, loin s'en faut. Ainsi, le LED UV offre notamment des avantages dans le cas de supports non couchés, de plus en plus demandés, car les encres durcissent avant de pouvoir être absorbées dans le support. D'où des couleurs plus intenses et des illustrations bien contrastées.

PLUS GRANDE DIVERSITÉ DANS LES APPLICATIONS

Les avantages du LED UV sont bien accueillis : « Nous avons déjà installé plus de 1000 groupes imprimants

Encres LED : Quo Vadis ?

Le marché européen en particulier se trouve actuellement en pleine mutation en raison des directives de l'EUPIA (European Printing Inks Association) relatives aux encres LED. Les substances susceptibles de nuire à la santé doivent être remplacées. La demande de ces produits de substitution a en conséquence fortement augmenté. De plus, la plupart de ces substances étant produites en chine, l'approvisionnement des composants requis devient plus couteux pour les producteurs d'encre, d'autant plus que ces derniers veillent aussi aujourd'hui à employer des processus de production respectueux de l'environnement.

Malgré ces évolutions du marché, les encres LED restent plus avantageuses que les produits traditionnels. En tant que fournisseur global, Heidelberg suit et teste en interne toutes les modifications de formule et continue à proposer une qualité constante avec les produits Saphira.

heidelberg.com/fr/uv

chez des clients », indique Zibold. Ce qui est remarquable, c'est que les utilisateurs viennent de plus en plus du secteur de l'étiquette et de l'emballage de luxe. Ainsi, quelque 50 groupes imprimants équipés du système LED UV Heidelberg sont dès à présent en service chez des fabricants d'étiquettes en moule. Mais les avantages de l'impression sur supports non absorbants sont aussi mis à profit par les imprimeurs de boîtes. « Rien n'est pour nous trop complexe, que ce soit le papier mince en pharmacie ou le pelliculage à froid dans le domaine des étiquettes et emballages. Les clients profitent de notre expérience de plus de 10 ans en applications LED. Désormais, le blanc couvrant, les couleurs Pantone, l'or et l'argent existent aussi en encres à faible migration à des prix raisonnables », précise Zibold.

POURSUITE DE LA CROISSANCE

Les fabricants d'encres et Heidelberg s'emploient constamment à améliorer encore les encres et vernis afin de continuer à optimiser l'application, la rentabilité, le prix, le recyclage, la désencrabilité et la durabilité. Heidelberg a aussi en ligne de mire l'efficience, le coût de l'investissement et le domaine d'utilisation du système DryStar LED, afin de faire encore avancer le concept Heidelberg de la feuille sèche. Zibold en est sûr : « La technologie LED et la technique d'application associée sont promises à un développement dynamique et à une nette croissance dans les années à venir. »

Commandez tout de suite gratuitement la collection d'échantillons avec de nombreux exemples de motifs imprimés. LE UV et LED UV :

heidelberg.com/fr/sample-book-uv

Vidéo avec Peter Wiesendanger de Wiesendanger Druck

heidelberg.com/fr/testimonial-wiesendanger

Boites pliantes du cloud

La plateforme boxuni de Heidelberg offre de nouvelles opportunités aux imprimeurs d'emballages, concepteurs et print buyers

Portail de conception, boutique web et une chaine complète de production numérique pour l'impression des boites pliantes : c'est ce que propose boxuni, la première plateforme Web-to-Pack au monde dans le cloud et un nouveau modèle d'affaires en ligne que Heidelberg a lancé pour le secteur du packaging.

Sur boxuni, les acheteurs, concepteurs et imprimeurs d'emballages trouvent tout ce dont ils ont besoin pour concevoir, commander et imprimer facilement des boites pliantes personnalisées. Les concepteurs ont ainsi actuellement accès sur boxuni à près de 12 000 modèles prédéfinis de boites pliantes qui sont adaptables à volonté à l'aide d'un kit d'outils et enregistrables dans des fichiers prêts à imprimer. « boxuni est tout aussi intéressant pour les acheteurs de packagings », indique Jürgen Grimm, responsable de Software Solutions chez Heidelberg. « Ils profitent de toute la simplicité de l'achat de boîtes pliantes dont ils peuvent, en quelques clics de souris, adapter la taille, sélectionner le design, même en très petits tirages, sur le matériau choisi. »

L'impression est actuellement assurée par le partenaire chinois Xianjunlong qui produit les emballages conçus et commandés en ligne sur le système d'impression numérique Primefire 106. Car boxuni est actuellement encore en phase bêta. Ce n'est qu'à l'étape suivante que d'autres imprimeries pourront rejoindre boxuni, en Chine et au-delà, avec leurs produits et services. Là aussi une solution attrayante à maints égards. En effet, la plateforme en cloud ne permet pas seulement aux imprimeurs d'emballages de trouver de nouvelles opportunités d'affaires en imprimant les boites pliantes commandées. Ils bénéficient aussi de procédures standardisées, à haut degré d'automatisation, assurant une production rentable avec moins de gâche.

« boxuni permet aux imprimeries d'acquérir l'agilité, la rapidité et l'efficacité dont elles ont besoin aujourd'hui pour ne pas se laisser distancer par l'évolution rapide des tendances et des besoins des clients », explique Jürgen Grimm.

boxuni.com/en

L'appli fitness pour imprimeries

Les « Digital Services » aident les imprimeries à cibler l'accroissement de leur performance et de leur disponibilité. L'exploitation intelligente des données met en lumière les améliorations potentielles et stimule systématiquement la réussite des activités par des mesures adéquates.

Jamais les données disponibles sur son imprimerie n'ont été si nombreuses. Et jamais il n'a été si important de mettre à profit ces données pour accroître sa compétitivité par des processus mieux exploités et plus efficients. C'est précisément ce que font les « Digital Services » de Heidelberg. Ils transforment les « big data » en « smart data », permettant aux clients d'optimiser la marche de leur imprimerie. Les clients n'ont besoin ni de collecter eux-mêmes les données, ni de les mettre en forme. C'est Heidelberg qui s'en charge. Tout comme pour la mise à disposition de technologies par « Business Analytics », permettant de mobiliser les améliorations potentielles – sans aucunes connaissances en informatique. Les clients peuvent accéder aux « Digital Services » 24 h sur 24. L'accès a lieu via la plateforme en ligne « Heidelberg Assistant ».

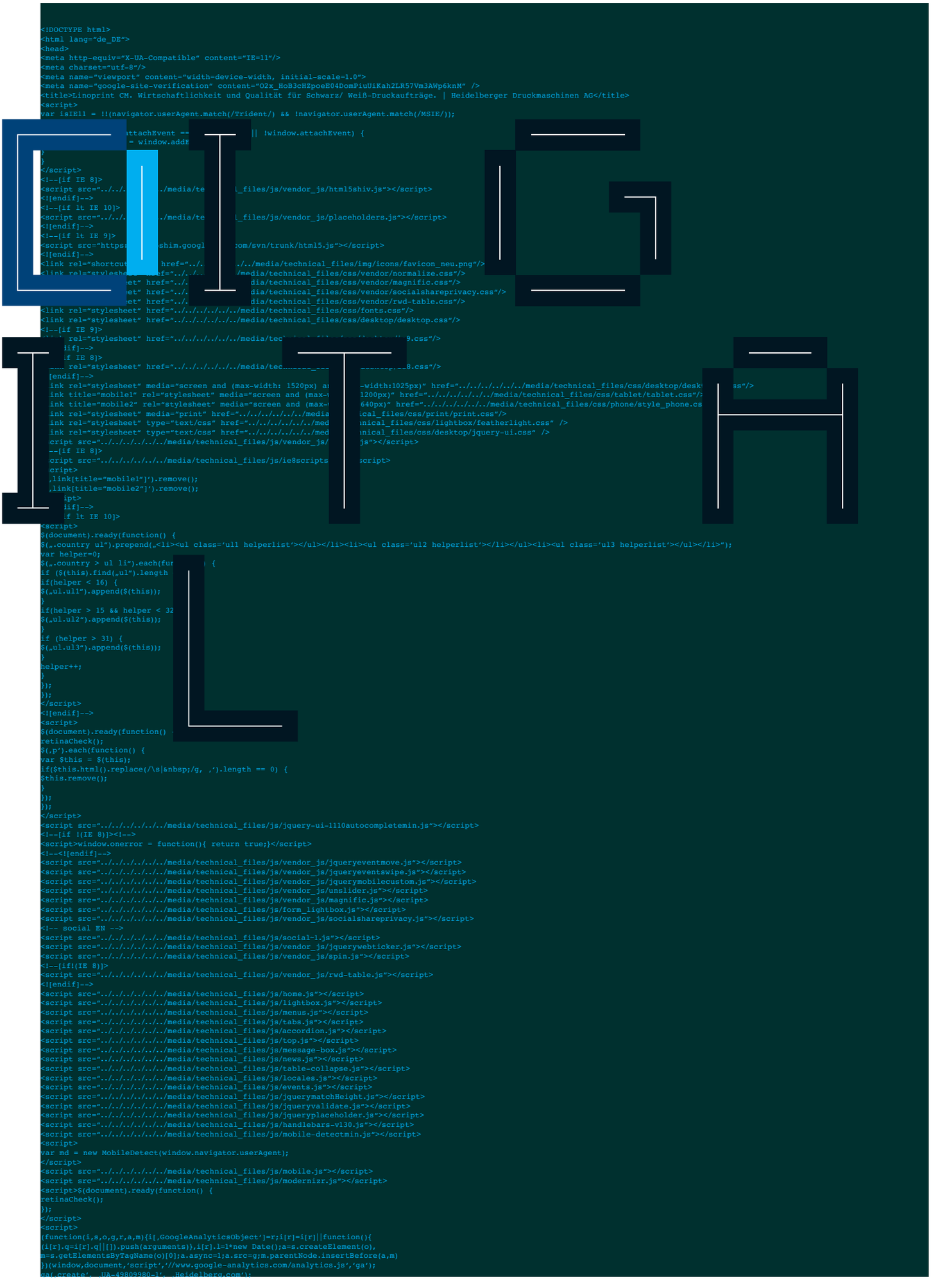
Par l'intermédiaire des « Heidelberg Performance Services », les imprimeries obtiennent un aperçu de leurs indicateurs clés de performance (ICP) actuels, tels que productivité nette, délais de mise en train et gâche. « Les ICP assurent la transparence de la production et des affaires. Le client voit où il en est et où il peut s'améliorer », indique Marc Spreen, chef de produits « Digital Services ».

Si, par exemple, la mise en train est très longue sur une presse, il est possible de le voir à l'aide de « Prinect Smart BI » et de préciser qui en est responsable, par exemple le conducteur, l'ordre des travaux ou une autre anomalie. Selon le résultat de l'analyse, les clients peuvent alors perfectionner les conducteurs de la presse par « Digital Training ». Ou faire appel au conseil en performance de Heidelberg – en ligne, par téléphone ou sur site – afin d'identifier les goulots d'étranglement en production et de les éliminer. Le second grand axe des « Digital Services » est la disponibilité. Si les ICP montrent, par exemple, que les immobilisations de la presse sont trop longues, les défaillances imprévues peuvent se réduire par « Predictive Monitoring » ou « Technical Avalibility ».

Les « Digital Services » font l'objet d'extensions permanentes améliorant leur propre performance. À l'avenir, par exemple, le « Digital Training » couvrira également le prépresse et le façonnage. Au niveau de la « Prinect Smart BI », les clients obtiendront, en plus des ICP, les conseils pratiques porteurs d'améliorations. Et en matière de « Predictive Monitoring », un monitorage en temps réel des machines du client, allié à des analyses encore plus fines, détectera encore plus tôt et plus largement les pannes potentielles. « Nous ne voulons pas seulement que nos clients s'améliorent, mais aussi que nous nous améliorions nous-mêmes », résume Ibrahim Celik, chef de produits « Performance Services » chez Heidelberg.

« PERFORMANCE SERVICES »

À l'aide d'ICP comme le taux de rendement global (TRG) ou la productivité nette de toutes les machines, les clients ont à tout moment sous les yeux le niveau de performance de leur imprimerie. Ils peuvent ainsi détecter à temps les problèmes et prendre les mesures qui s'imposent – soit eux-mêmes, soit en option, avec l'aide de Heidelberg. Dans cette assistance-conseil en ligne (« Online Advisement »), un expert analyse les données avec le client et propose par téléphone ou par e-mail des mesures concrètes permettant à l'imprimerie d'atteindre les objectifs qu'elle s'est fixés – tels qu'économies ou optimisation de la production. Les progrès sont vérifiés, et les mesures adaptées tous les mois. Dans l'évaluation sur site (« Onsite Evaluation »), le conseiller contrôle les processus de production, le niveau de connaissances des opérateurs et la performance globale de la production sur une équipe. Les clients se voient remettre un plan d'action, qu'ils peuvent transformer en un projet de mise en œuvre, soit seuls, soit accompagnés par le « Heidelberg Business Consulting ».



```
ga(‚set‘, ‚anonymizeIp‘, true);
ga(‚send‘, ‚pageview‘);
</script>
<!-- no new design -->
<style type=“text/css“>
body {
background-image: url(‚../../../../../../media/global_media/backgrounds/2014_34/background_3836.jpg‘);
}
</style>
</head>
<body>
<header class=“row“>
<h1>
<a href=“#“ class=“navigation“><span>Menü</span></a>
<a href=“../../../../../index.jsp“ class=“logo“><img src=“../../../../../../media/technical_files/img/logo2xnew.png“ alt=“Logo Heidelberger Druckmaschinen AG“/></a>
<a href=“#“ class=“news“><span>Info</span></a>
</h1>
<nav>
<form class=“search“ action=“/global/de/search.jsp“ autocomplete=“off“>
<div class=“search_wrapper“>
<fieldset>
<input id=“search_text“ name=“qry“ type=“search“ placeholder=“Suche“/>
<button type=“submit“><span>Suche</span></button>
</fieldset>
</div>
</form>
<ul class=“language visible-lg-inline-block visible-md-inline-block“>
<li class=“visible-lg-inline-block visible-md-inline-block language-switcher-EN“><a href=“../../../../../../en/products/press/digital_printing/linoprint_cm/product_information/linoprint_cm_1.
jsp“><span>english</span></a></li>
<li class=“visible-lg-inline-block visible-md-inline-block selected language-switcher-DE“><a href=“linoprint_cm_1.jsp“><span>deutsch</span></a></li>
</ul>
<ul class=“social visible-lg-inline-block visible-md-inline-block“>
<li class=“facebook“><a href=“https://www.facebook.com/Heidelbergerdruck“ target=“_blank“><span>Facebook</span></a></li>
<li class=“googleplus“><a href=“https://plus.google.com/+Heidelbergcorp“ target=“_blank“><span>TO DO</span></a></li>
<li class=“youtube“><a href=“http://www.youtube.com/user/HeidelbergerDruck“ target=“_blank“><span>Youtube</span></a></li>
<li class=“xing“><a href=“https://www.xing.com/companies/Heidelbergerdruckmaschinenag“ target=“_blank“><span>Xing</span></a></li>
<li class=“twitter“><a href=“http://twitter.com/Heideldruck“ target=“_blank“><span>Twitter</span></a></li>
<li class=“linkedin“><a href=“https://www.linkedin.com/company/Heidelberg“ target=“_blank“><span>LinkedIn</span></a></li>
</ul>
<ul class=“account visible-lg-inline-block visible-md-inline-block“>
<li class=“contact visible-lg-inline-block visible-md-inline-block“>
<!-- -->
<a class=“contact_link“ href=“#contact_form_box“><span>Kontakt</span></a>
</li>
</ul>
<div class=“country hidden“>
<a href=“#“><span>Land auswählen</span></a>
<ul>
<li><a href=“http://www.Heidelberg.com“ target=“_blank“>Starts</li>
<!-- lang: other -->
<li><a href=“/au“ target=“_blank“>Australien</a></li>
<li><a href=“/br“ target=“_blank“>Brasilien</a></li>
<li><a href=“/cn“ target=“_blank“>China</a></li>
<li><a href=“/dk“ target=“_blank“>Dänemark</a></li>
<li><a href=“/de“ target=“_blank“>Deutschland</a></li>
<li><a href=“/ee“ target=“_blank“>Estland</a></li>
<li><a href=“/fi“ target=“_blank“>Finnland</a></li>
<li><a href=“/fr“ target=“_blank“>Frankreich</a></li>
<li><a href=“/gb“ target=“_blank“>Großbritannien</a></li>
<li><a href=“/in“ target=“_blank“>Indien</a></li>
<li><a href=“/id“ target=“_blank“>Indonesien</a></li>
<li><a href=“/jp“ target=“_blank“>Japan</a></li>
<li><a href=“/ca“ target=“_blank“>Kanada</a></li>
<li><a href=“/kr“ target=“_blank“>Korea</a></li>
<li><a href=“/lv“ target=“_blank“>Lettland</a></li>
<li><a href=“/lb“ target=“_blank“>Libanon</a></li>
<li><a href=“/lt“ target=“_blank“>Litauen</a></li>
<li><a href=“/ph“ target=“_blank“>Ph
<li><a href=“/pl“ target=“_blank“>Po
<li><a href=“/ru“ target=“_blank“>Ru
<li><a href=“/za“ target=“_blank“>Südafrik
<li><a href=“/tw“ target=“_blank“>Taiwan</
<li><a href=“/th“ target=“_blank“>Thailand
<li><a href=“/cz“ target=“_blank“>Tschechi
<li><a href=“/tr“ target=“_blank“>Türkei</
<li><a href=“/hu“ target=“_blank“>Ungarn</
<li><a href=“/us“ target=“_blank“>USA</a></li>
<li><a href=“../../../company/about_us/branch_offices/branch_office_list.jsp“><b>Alle Niederlassungen</b></a></li>
</ul>
</div>
</div>
</nav>
</header>
<a class=“homelink desktoponly“ href=“../../../../../index
„span.naviclose“, function() {$(„a.navigation“).click()});
tabletonly mobilehomelink“ >Home</a></h1></li> <li> <h1 dat
href=“../../../../workflow/prinect_overview/prinect_overview.
li> <li> <a href=“../../../../workflow/prinect_modules/prinec
stories_1.jsp“ >Anwenderberichte</a> </li> <li> <a href=“../
de/factory_on_demand/engineering_consulting/view2connect/v
gineering_consulting/cax_quality_manager/cax_quality_manag
href=“../../../../prepress/computer_to_plate/prepress_overvie
view.jsp“ >Digitaldruck</a> </li> <li> <a href=“../../../shee
a> </li> </ul> </li> <li> <h2>Postpress</h2> <ul class=“nav
folding/folding_overview.jsp“ >Falzen</a> </li> <li> <a hre
gluing/folding_carton_gluing_overview.jsp“ >Faltschachtelkl
li> <li> <h2>Gebrauchtmaschinen</h2> <ul class=“nav_pos_2“
equipment/refurbishment/refurbishment.jsp“ >Aufarbeitung</a
<a href=“../../../../remarketed_equipment/success_stories_
<h2>Technische Dienstleistungen</h2> <ul class=“nav_pos
<a href=“../../../../../services/sub_services/remote_servi
nance/preventive_maintenance_1/preventive_maintenance.jsp“ >Vorbeugende Wartung</a> </li> <li> <a href=“../../../../../services/sub_services/on_site_support/on_site_support.jsp“ >Vor-Ort-Ser-
vice</a> </li> <li> <a href=“../../../../../services/sub_services/original_parts/original_parts_1/original_parts.jsp“ >Original Serviceteile</a> </li> </ul> </li> <li> <h2>Performance Dienst-
leistungen</h2> <ul class=“nav_pos_2“> <li> <a href=“../../../../../services/sub_services_2/test_carola/upgrades/Upgrades.jsp“ >Upgrades</a> </li
<article>
<ul class=“breadcrumb“> <li><a href=“../../../../../index.jsp „><b>Home</b></a></li> <li>Produkte</li> <li>Press</li> <li><a href=“../../digital_printing_overview.jsp“><b>Digitaldruck</b></a></
li> <li><a href=“linoprint_cm_1.jsp“><b>Linoprint CM</b></a></li> <li class=“selected“>Produktinformation</li> </ul>

<div class=“tabs“>
<nav>
<ul class=“row „>
<li class=“selected col-sm-12 col-md-6“><a href=“#“ >Produktinformation</a></li>
<li class=“ col-sm-12 col-md-6“><a href=“../technical_data___equipment/linoprint_cm_technical.jsp“ >Technische Daten & Ausstattung</a></li>
</ul>
</nav>
</div>
<section>
<h1 >Linoprint CM. Wirtschaftlichkeit und Qualität für Schwarz/ Weiß-Druckaufträge.</h1>
<div class=“textimage col-xs-12“>
<div class=“wrapper clearfix „ >
<div class=“text-col „>
<p>
<ul class=“bullet“><li>Hoher Durchsatz von bis zu 4 050 A3 Bogen/Stunde oder 135 A4 Seiten/Minute (simplex)</li><li>Qualitativ hochwertige Wiedergabe mit 1 200 x 4 800 dpi, schwarz/weiß</
li><li>Hohe Medienflexibilität für neue Anwendungen</li><li>Doppeltonerkartusche für unterbrechungsfreie Produktion</li><li>Neue Möglichkeiten durch das Scannen von bis zu 220 A4-Seiten/Mi-
nute</li><li>Neue Druckanwendungen mit Medien bis zu 300 g/m²</li><li>Printing-on-Demand mit optionalen Lösungen für die Weiterverarbeitung</li></ul>
</p>
</div>
</div>
</div>
```

« PREDICTIVE MONITORING »

La surveillance prédictive augmente la disponibilité des machines et fait faire des économies. En effet, à l'opposé du monitorage classique, dans lequel on ne peut que réagir a posteriori, le « Predictive Monitoring » permet d'anticiper les défaillances futures avant même que ne survienne une panne, voire une immobilisation imprévue. On peut alors engager à l'avance les mesures qui s'imposent pour assurer une production sans discontinuité. Pour ce faire, les experts du SAV surveillent 24 h sur 24 l'état des machines du client, y compris des périphériques et colorimètres raccordés.

Par l'intermédiaire de capteurs, la machine envoie quelque 500 millions d'informations par an sur son état à une plateforme d'analyse de « big data ». En cas d'écarts des valeurs par rapport à la plage définie comme norme, un expert du SAV est automatiquement informé. Le spécialiste analyse alors les données et, si nécessaire, engage les mesures adéquates. C'est lui qui décide si le problème peut être réglé à distance, traité lors du prochain rendez-vous prévu du SAV ou s'il exige une intervention immédiate chez le client.

« PRINECT SMART BI »

Avec « Prinect Smart BI », les imprimeries tirent de précieux enseignements sur tous les processus commerciaux – du premier contact avec le client à la facturation – afin d'accroître la réussite de leurs activités en prenant les bonnes décisions.

« Prinect Smart BI » collecte et met en forme les données commerciales et les données de production sous la forme de ratios éloquents. La direction générale, les services commerciaux et la direction de la production voient ainsi d'un coup d'œil, à l'aide de diagrammes de performance, les évolutions essentielles dans leur domaine, telles que taux de ventes, productivité ou niveau d'activité. En cas de singularités, telles que la hausse de la gâche, ils peuvent, par simple clic, obtenir des informations complémentaires, telles que le volume de la gâche pour chaque machine, chaque équipe et chaque opérateur ainsi que pour les différents travaux, afin d'identifier la cause du problème et prendre les mesures qui s'imposent.

« Prinect Smart BI » permet aussi de détecter et de mettre à profit à temps les opportunités. Il est ainsi possible de combiner et d'analyser aisément des ratios tels que clients, prix, marges de bénéfice et produits. On voit ainsi tout de suite quels sont les produits, les secteurs et les clients profitables, et chez quels clients et sur quels produits il est possible d'augmenter les prix.

« DIGITAL TRAINING »

Le « Digital Training » rend le savoir des experts de Heidelberg disponibles en ligne. Le savoir-faire propre à l'imprimerie en matière d'applications et de conduite des machines peut se consulter partout et à tout moment, afin d'augmenter la qualité des produits et la productivité – quels que soient les sites et les marchés.

Les spécialistes expérimentés peuvent demander des connaissances ciblées pour résoudre un problème donné. Par exemple, pour des travaux de réglage et de maintenance ne faisant pas partie des travaux de routine. Il leur est clairement montré par vidéo comment procéder. Les jeunes ou arrivants d'autres horizons professionnels peuvent utiliser les modules d'apprentissage pratique en complément à leur formation présentielle par Heidelberg afin d'approfondir ce qu'ils ont appris. Les unités de formation multimédia vous permettent d'acquérir ou d'approfondir systématiquement vos connaissances et aptitudes autour des thèmes clés des supports et des consommables, des machines et des techniques.

« TECHNICAL AVAILABILITY »

Ce service aide les imprimeries à augmenter la disponibilité technique de la presse. En plus du « Predictive Monitoring », Heidelberg met chaque mois à disposition, dans son « Assistant », les ICP montrant depuis combien de temps la presse était en mode opérationnel et s'il y a eu des immobilisations imprévues. Par assistance-conseil en ligne (« Online Advisement »), les clients peuvent faire appel à l'aide d'un expert qui, à partir des données techniques, déduit des recommandations d'actions pour une plus grande disponibilité. Un taux de disponibilité garanti peut en outre être convenu par contrat. Heidelberg assure alors un niveau de disponibilité donné et engage les mesures qui s'imposent pour atteindre ou dépasser cet objectif.

Vous voulez en savoir plus ?
N'hésitez pas à écrire à

ibrahim.celik@heidelberg.com ou à
marc.spreen@heidelberg.com

Quand la complexité se fait simple

Réunir les données de production, faire manuellement le point de la maintenance, gérer péniblement les factures et les contrats sur papier – c'est du passé. Ces tâches sont désormais assurées par l'Assistant Heidelberg. Sur simple clic.

Plus de 1400 utilisateurs dans plus de 800 imprimeries font déjà appel à l'Assistant Heidelberg, lancé il y a quelque 18 mois. Pour une bonne raison : le portail clients numérique simplifie et accélère les opérations d'administration, de production, de gestion et d'approvisionnement. Direction, encadrement et employés ont à tout moment un accès dédié en ligne, à toutes les informations et tous les services dont ils ont besoin pour travailler efficacement depuis leur PC, leur smartphone ou leur tablette.

Par exemple la comptabilité. Elle peut avoir en un tour de main un aperçu de tous les contrats signés avec Heidelberg, des services utilisés et des factures associées. Et alors que les Achats trouvent dans la boutique en ligne, grâce à l'Assistant Heidelberg, les pièces et consommables qu'il leur faut, la production, elle, augmente la disponibilité des machines et leurs performances – par accès rapide au savoir d'experts, aux actualités du SAV, à des supports de formation et à des messages de maintenance préventive.

L'Assistant Heidelberg est en outre un précieux sparring-partner stratégique de la direction, qui a toujours sous la main les derniers ratios nécessaires à la gestion de l'entreprise. Le logiciel apporte ainsi rapidement et sans complications des réponses à des questions telles que : Quand vient quel technicien après-vente ? Ou : Quel est le taux d'utilisation de mes machines ? Toutes les opérations sont consultables en temps réel et vérifiables sans faille – quels que soient les services, les équipes et les sites. Ce qui crée de la transparence et simplifie la communication, aussi bien en interne qu'avec Heidelberg.

Et le clou : l'Assistant Heidelberg est utilisable gratuitement dans sa version de base et est constamment étoffé. Des services premium proposés en abonnements modulables – tels qu'analyses détaillées de données ou gestion des stocks de consommables par Heidelberg – élargissent en outre les fonctionnalités.

Pour vous enregistrer directement pour l'Assistant Heidelberg :

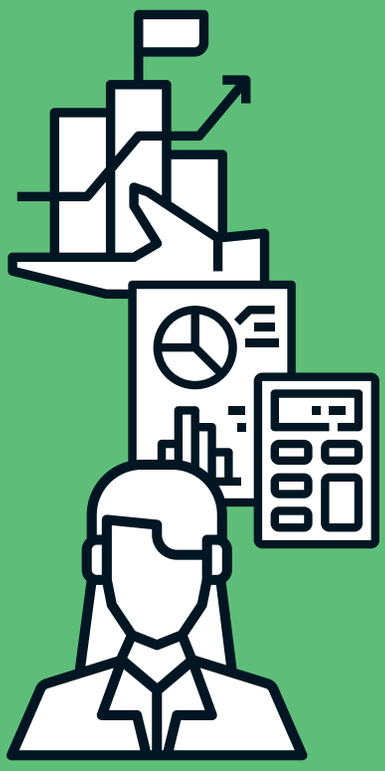
heidelberg.com/fr/registry-hda

Pour de plus amples informations sur l'Assistant Heidelberg :

heidelberg.com/fr/hda

Détecter et mettre à profit les potentiels

« Nous pressentions déjà qu'il y avait encore de la marge en matière de productivité nette. Mais nous ne savions jamais jusqu'ici avec précision où se situaient les problèmes. L'Assistant Heidelberg nous apporte enfin de la clarté en nous montrant où nous avons des potentiels d'amélioration. Pour chaque machine de la salle des presses, il nous présente clairement sous forme de diagrammes les paramètres de performance désirés, par exemple les temps de mise en train, temps auxiliaires et temps de passage, la gâche ou le nombre de feuilles imprimées. Soit dans leur évolution dans le temps, soit par rapport à nos autres machines – ou même en comparaison avec d'autres sites. Nous voyons désormais d'un coup d'œil sur quelles machines les temps de mise en train sont d'une longueur excessive. Et nous pouvons prendre des mesures ciblées et vérifier leur impact.



Augmenter la productivité

« Avec les messages numériques de SAV, nous avons encore augmenté la disponibilité de nos machines. En effet, même sans connaissances techniques approfondies, nous pouvons en cas de soupçon de panne en communiquer une description précise à Heidelberg. Pour ce faire, nous enregistrons simplement une vidéo de la partie considérée de la machine avec un smartphone et joignons le fichier au message. Celui-ci est transmis directement à l'équipe d'experts de Heidelberg. Durant l'examen du problème, nous sommes constamment tenus au courant via l'Assistant Heidelberg et pouvons même communiquer de manière interactive avec l'expert de Heidelberg. Si une intervention est prévue sur site, Heidelberg inscrit directement le rendez-vous convenu dans notre calendrier de maintenance. Il n'y a plus ainsi de rendez-vous oublié, et l'utilisation de la machine peut être planifiée de manière optimale. »

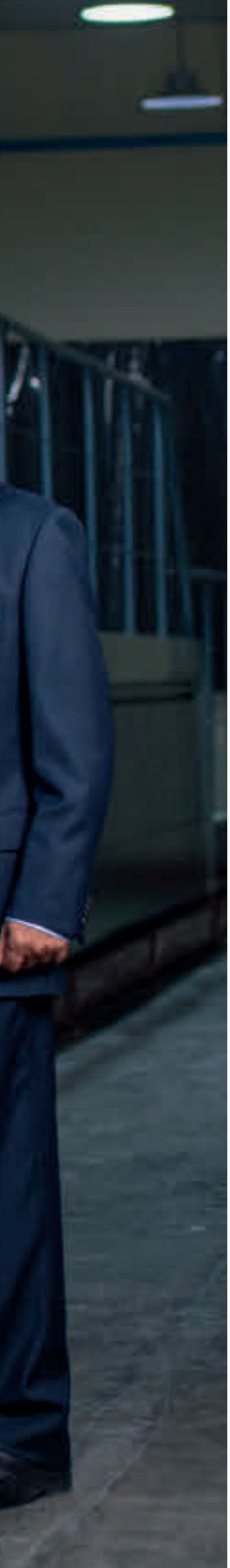
Acheter plus intelligemment

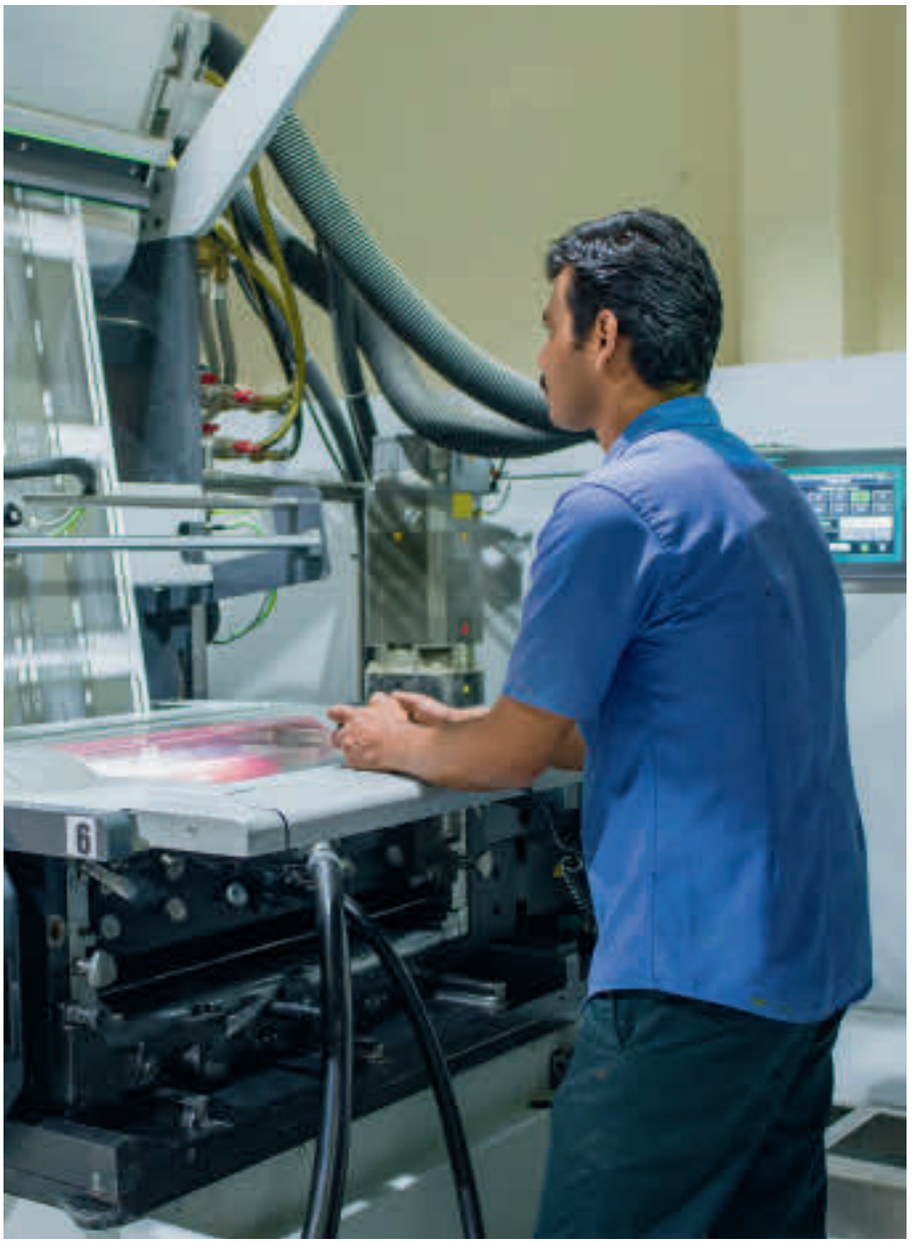
« Ce qui est super, c'est que l'Assistant Heidelberg me donne la liste de toutes nos machines et que je peux passer directement d'une machine à la boutique en ligne. Le système sait à partir de mon User ID quelles sont les machines que nous avons installées. Il me suffit de cliquer sur une machine pour afficher les consommables et pièces d'usure adaptés. Je sélectionne alors ce dont j'ai besoin – c'est tout. C'est rapide et sans papier. Mais surtout, toute l'opération de commande est totalement transparente. De la commande à la facture, tous les éléments sont aisément à la disposition de la comptabilité et du contrôle de gestion. »

L'Assistant Heidelberg est disponible dans les pays suivants :
Actuellement en Allemagne, en Suisse, aux États-Unis, au Canada, au Japon, en Pologne, en Autriche, en Australie/Nouvelle-Zélande, en Slovaquie et en Tchéquie. Sont à l'étude pour l'exercice actuel la France, le Royaume-Uni, la Suède, le Danemark et des pays d'Asie.

Une oasis de réussite

C’est par une claire vision de l’avenir que commence l’histoire de l’imprimerie Al Mawrid. En se spécialisant, il y a 20 ans, dans l’impression d’emballages, l’entreprise des Émirats arabes unis a mis le cap sur la croissance. Et le périple se poursuit à la vitesse grand V.





Plus de 4800 km à vol d'oiseau séparent Heidelberg de Charjah, ville de plus d'un million d'habitants aux Émirats arabes unis. Au milieu d'immeubles et hôtels flambant neufs, à quelques minutes de la plage, s'étend sur quelque 17 000 m² l'imprimerie Al Mawrid. C'est ici que voient notamment le jour des emballages de luxe et boîtes sophistiquées pour cosmétiques, cigarettes et produits alimentaires de marque. Mais il n'en a pas toujours été ainsi.

UN SAUT DANS L'INCONNU

Fondée en 1976 comme imprimerie intégrée du Thomsun Group, Al Mawrid produisait surtout dans un premier temps des étiquettes et jaquettes pour cassettes audio et vidéo. T. K. Babukutty, à la tête de l'imprimerie depuis 1985, se souvient : « Les 20 premières années, nous avons surtout fabriqué sur presses à une et deux couleurs des fournitures de bureau et petits imprimés publicitaires. » Il n'y avait pas encore à l'époque d'accent clairement mis sur certains segments.

C'est peu après que la croissance rapide de la demande issue de l'industrie du tabac a entraîné une réorientation. Al Mawrid s'est ainsi spécialisée, 20 ans après sa fondation, dans l'impression d'emballages. Une décision à l'origine d'un véritable envol vers la réussite et la croissance. À l'époque, l'entreprise misait déjà sur des presses Heidelberg, par exemple sur la Speedmaster CD 102 cinq couleurs. L'excellence des machines, la qualité du service après-vente ainsi que la

« Avec le système ICS 670, nous pouvons assurer un haut niveau d'infalsifiabilité, par l'impression d'hologrammes ou d'autres traits de sécurité. »

K. V. Thomas
Directeur général du Thomsun Group

Sur 17 000 m², Al Mawrid produit des emballages de luxe pour cosmétiques, cigarettes et produits alimentaires de clients renommés. Un part déterminante de la réussite de l'imprimerie est imputable à K. V. Thomas, directeur général du Thomsun Group (en haut à droite).

disponibilité des pièces de rechange étaient l'avantage concurrentiel déterminant, Babukutty en est persuadé. C'est ce qui explique qu'Al Mawrid mise encore exclusivement sur les presses Heidelberg jusqu'à ce jour.

ORIENTATION SYSTÉMATIQUE SUR L'IMPRESSION D'EMBALLAGES

La spécialisation dans l'impression d'emballages s'est vite avérée être la bonne décision. En 2005, Al Mawrid construisait une autre grande surface de production et d'entreposage. Et les demandes des clients continuaient à booster la croissance de l'entreprise. Le parc de presses s'étoffait : Speedmaster CD 74-4 LX, CD 102-LYX, SM 102-8-P et SM 52-4. « Nous avons aussi beaucoup développé le prépresse et le façonnage et continué ainsi à améliorer notre position d'imprimeur d'emballages », raconte Babukutty.

Avec le boom de la cigarette, au début des années 2000, l'imprimerie décidait de faire un autre grand pas courageux : en 2012, elle investissait pour près de 4,5 millions d'euros dans un système d'impression en ligne Heidelberg ICS 670. L'équipement de ce système très automatisé comprend un débobineur, deux groupes imprimants hélio ainsi qu'un module de pelliculage à froid. La machine d'impression et de façonnage est en outre configurée avec sept modules flexo HiDef et la découpeuse à plat en ligne FCL 670. « Cette machine nous a ouvert la porte du segment porteur des emballages de produits haut de gamme très ennoblis, en nous permettant de proposer à nos clients, en toute souplesse et efficacité, les applications spéciales les plus diverses », indique le directeur.

Par exemple, Al Mawrid fabrique pour l'agroalimentaire des cartons spéciaux en matériau résistant à la température, pouvant aller aussi bien au four qu'au congélateur. Un autre avantage est, pour Babukutty, la conception modulaire de l'ICS 670 Heidelberg. « Avec la plate-forme «Easy Value Add», nous pouvons changer ou ajouter sans problème des modules. D'où une énorme souplesse, car nous pouvons ainsi réagir très vite aux nouvelles tendances du marché et exigences des clients. »

K. V. Thomas, Managing Director du Thomsun Group, est lui aussi très satisfait de l'investissement. « Nous travaillons pour des clients internationaux qui imposent à leurs producteurs les mêmes exigences de qualité dans le monde entier », indique le patron du groupe. « Avec le système Heidelberg, nous pouvons jouer sans problème dans la cour des grands et assurer en outre à nos clients un haut niveau d'infalsifiabilité par l'impression d'hologrammes ou d'autres traits de sécurité », explique Thomas, en ajoutant : « L'investissement dans la machine s'est par ailleurs rentabilisé depuis longtemps car elle

Fondateur et pilote : K. V. Thomas

Sans lui, Al Mawrid n'existerait sans doute pas aujourd'hui : K. V. Thomas a débuté sa carrière dans une grande maison d'édition des Émirats arabes unis (EAU). Son premier travail d'impression lui permet de faire connaissance avec la technologie de l'imprimerie de l'époque et de se faire une idée de l'énorme potentiel du secteur.

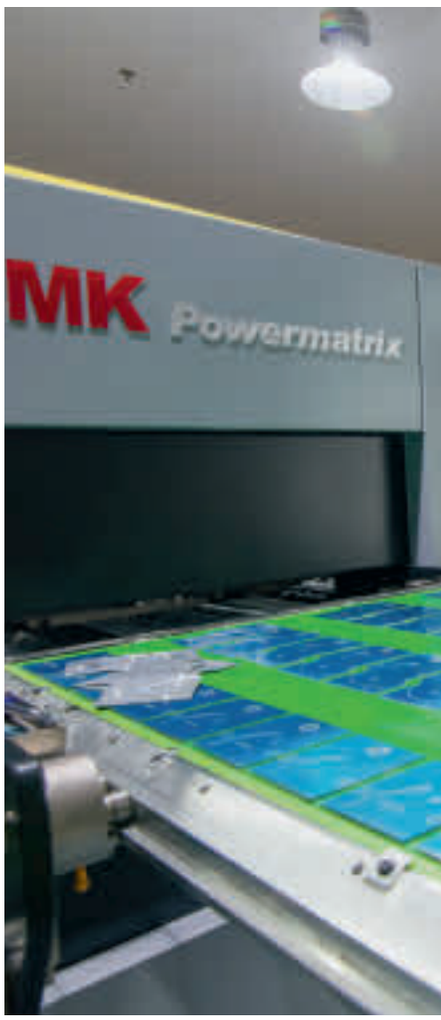
En 1977, K. V. Thomas et son associé, V. T. John, lancent des musicassettes sur le marché, sous la marque Thomsun. Depuis le site de production de Dubaï, Thomsun se développe assez vite au Moyen-Orient, en Europe et aux États-Unis. Au fil de cette expansion, Thomas ne perd jamais de vue le secteur de l'imprimerie. En 1978, il démissionne de ses fonctions pour prendre en charge l'imprimerie interne de l'entreprise – la date de naissance d'Al Mawrid. Thomas perçoit très tôt le besoin croissant de produits de labeur aux EAU et fonde la même année l'imprimerie Al Mawrid, qui figure depuis parmi les plus grandes entreprises du secteur aux EAU.

La capacité de combiner parfaitement toutes les ressources disponibles est ce qui fait les entrepreneurs qui réussissent. C'est aussi le cas de Thomas. L'activité florissante des cassettes impose des exigences croissantes à l'impression des étiquettes et jaquettes – ce qui aide à son tour Al Mawrid à croître de plus en plus. Thomas mène systématiquement l'entreprise vers les sommets. La croissance rapide des entreprises de transformation locales amène Al Mawrid à se développer à partir du nouveau millénaire en direction de l'industrie de l'emballage. Grâce à des investissements réguliers et à une équipe qualifiée de collaborateurs engagés, Al Mawrid est entre-temps le premier imprimeur d'emballages au Proche-Orient et un partenaire privilégié de toutes les grandes entreprises de la région. En étroite coopération avec plusieurs départements du groupe Thomsun, Al Mawrid couvre une large gamme allant du développement de marques au marketing, en passant par la création graphique et l'impression, pour toute entreprise dans le monde entier. Employant plus de 700 personnes, Al Mawrid est la plus grande maison de design et de production de la région.

Al Mawrid et Heidelberg – une aventure commune

Un maximum d'efficience dans la fabrication de boîtes pliantes : pour la spécialisation de ses activités, l'imprimerie Al Mawrid mise sur plusieurs ICS 670 signés Heidelberg Web Carton Converting (HWCC). Fabricant de machines d'impression de boîtes pliantes, HWCC a ainsi a ainsi servi à l'imprimerie de passerelle vers une niche de marché importante des Émirats arabes unis.

HWCC, qui a son siège à Weiden, est la division de la société Heidelberger Druckmaschinen AG dédiée aux supports en bobines. HWCC complète par des solutions intégrées en ligne le leadership de Heidelberg dans le monde de l'emballage. Fort du plus vaste réseau de distribution et de service après-vente du secteur et du plus grand nombre d'installations sur le marché, HWCC bénéficie d'une grande expérience et d'un vaste savoir-faire en matière d'applications. HWCC peut ainsi aider les imprimeurs d'emballages à relever leurs nouveaux défis et à dépasser même de loin les attentes de leurs clients.



Sous les yeux du directeur, T. K. Babukutty (en haut à gauche), et du chef de production, J. S. Ninan (en bas à droite), plus de 360 employés s'occupent d'une centaine de travaux quotidiens. Depuis 2016, ils disposent pour ce faire de plusieurs Speedmaster XL 106 et de presses de MK Masterworks ainsi que de deux systèmes d'impression en ligne Heidelberg ICS 670.

« Le marché est en pleine mutation. Imprimer simplement des emballages, c'était hier. »

T. K. Babukutty
Directeur d'Al Mawrid Printing

permet de changer de travail sans s'arrêter et offre en toute fiabilité une grande vitesse de production. »

Aujourd'hui, l'imprimerie compte plus de 150 clients implantés aux Émirats arabes unis et dans la région, dont beaucoup d'entreprises renommées. Suite à la croissance de la demande, Al Mawrid a posé en 2018 le jalon suivant : l'imprimerie a investi dans un second système d'impression en ligne Heidelberg ICS 670, deux Speedmaster XL 106 ainsi que trois machines de MK Masterworks. Comme la première machine, la nouvelle ICS 670 est aussi dotée de la combinaison flexo et hélio ainsi que de différents modules d'ennoblissement en ligne. L'imprimerie a ainsi non seulement profité de la souplesse de production, mais a aussi et surtout réduit considérablement les temps de passage en production.

DE PLUS EN PLUS DE PERSONNEL À BORD

Plus de 360 employés s'occupent de la centaine de travaux quotidiens – du prépresse et de l'ordonnancement-lancement à l'emballage, en passant par l'impression, le façonnage et le contrôle qualité.

Quand on est embauché chez Al Mawrid, on y reste la plupart du temps. Le taux de rotation du personnel est, avec 2 pour cent, dérisoire. Babukutty se sent lui aussi très attaché à l'entreprise. Quand le père de deux enfants, originaire de l'Inde, a pris la direction en 1985, l'imprimerie ne comptait que 15 employés. Avec sa philosophie impliquant qualité, service et travail en équipe, il a réussi à créer un environnement attrayant et innovant également pour le personnel.

UN MARCHÉ EN MUTATION

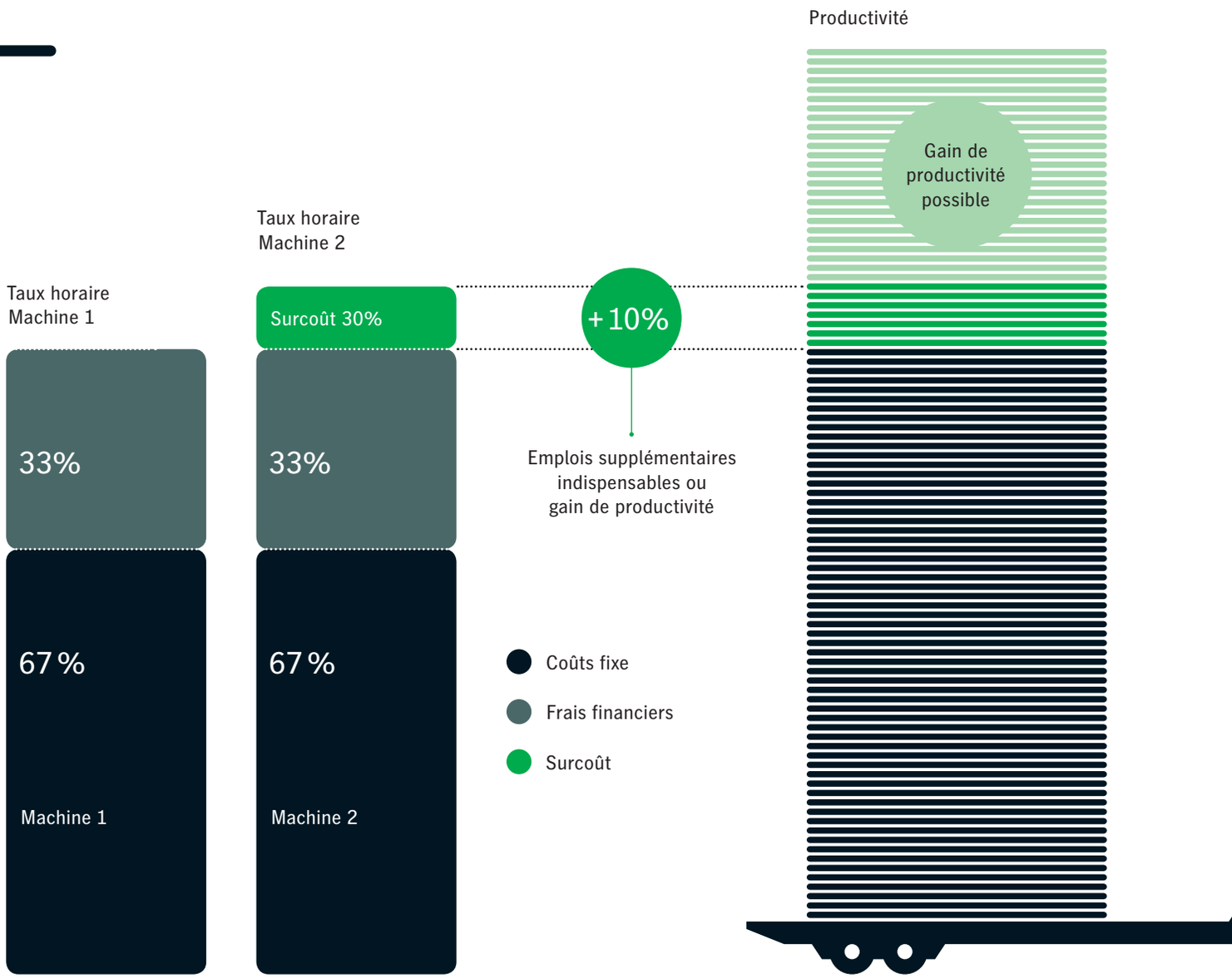
Et le marché est en pleine expansion. Les chiffres d'affaires mondiaux dans l'impression d'emballages augmentent de plus de 5 pour cent par an. Sur l'ensemble du marché de l'imprimerie, le marché des emballages et étiquettes représente à présent un tiers environ du chiffre d'affaires mondial – soit quelque 250 milliards de dollars US en 2017. Les produits personnalisables et le plus haut niveau de qualité des ennoblissements fixent le cap.

Les USA, la Chine et l'UE ont beau toujours détenir les plus grandes parts du marché – les chiffres d'affaires des pays émergents sont en augmentation exponentielle. Al Mawrid fait par exemple valoir ses compétences dans les présentoirs en carton utilisés au point de vente. « Le marché est en pleine mutation. Imprimer simplement des emballages, c'était hier », déclare Babukutty. « Aujourd'hui, ce qui compte, c'est un maximum de qualité, des produits innovants et l'individualisation des désirs du client. Ce n'est qu'avec les plus récentes technologies que nous pouvons nous imposer face à la concurrence. » C'est pourquoi l'imprimerie gère et automatise par exemple depuis peu le prépresse avec le Prinect Production Workflow de Heidelberg. L'orientation renforcée vers la numérisation, l'optimisation des process et la productivité le montre : L'aventure d'Al Mawrid se poursuit – mettant directement le cap sur l'avenir.

almawridprinting.com

La productivité l'emporte sur le prix

L'investissement dans une nouvelle presse à des retombées sur l'ensemble de l'entreprise et doit être mûrement réfléchi. Le coût de l'acquisition, notamment, doit faire l'objet d'un examen approfondi. Car la compétitivité passe par la productivité et cette dernière se rentabilise plus vite qu'on ne le pense.



Le graphique compare les taux horaires de deux machines. Le prix de 30 pour cent plus élevé de la machine deux signifie que le taux horaire de la machine augmente de seulement 10 pour cent. En d'autres termes : L'imprimerie ne doit pas produire 30 pour cent, mais seulement 10 pour cent de travaux en plus pour compenser un prix de machine de 30 pour cent supérieur. Si elle parvient effectivement à accroître sa production de 30 pour cent, les frais d'impression diminueront de 15 pour cent (110 pour cent de frais pour 130 pour cent de production).

Ceux qui pensent pouvoir accroître leurs bénéfices en réduisant les dépenses en biens d'investissement risquent fort bien de perdre de l'argent. « La question de savoir comment rentabiliser le surcoût d'une Speedmaster se pose souvent lors des négociations de prix. J'entends souvent dire à ce propos qu'un surcoût de 10 pour cent nécessite un gain de productivité de 10 pour cent – ce qui est une méprise », explique André Strunk, manager produits Sheetfed et ajoute « Le coût du financement ne représente qu'une fraction des couts fixes. Le levier déterminant réside dans la productivité qui assure un amortissement rapide de la machine. La règle générale ici veut que : 10 pour cent de gain de productivité suffisent pour amortir un surcoût d'investissement de 30 pour cent. »

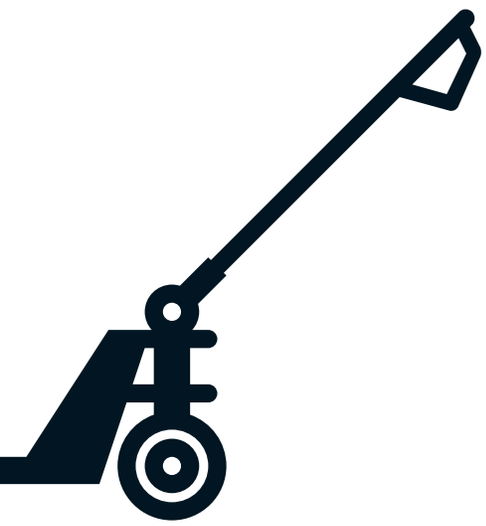
Productivité ne veut pas dire performances de pointe passagères ou records du monde qui ne durent qu'une heure, mais rendement effectif pendant un mois, un an et sur toute la durée d'exploitation. Les critères importants sont la vitesse d'impression atteinte et le degré d'automatisation mais aussi de plus en plus l'ergonomie d'utilisation et la gestion des travaux. La preuve que les Speedmaster Heidelberg arrivent en tête à cet égard est apportée par exemple par les performances actuelles d'une Speedmaster XL 106 qui a imprimé 90 millions de feuilles en seulement un an ou par une Speedmaster SX 102 au Japon qui a atteint 350 millions de feuilles en tout juste 6 ans.

Une autre source d'évaluation de la productivité effective est fournie par les machines d'occasion. « Si l'on compare par exemple sur divers portails Internet les indications de compteurs des machines d'occasion, on constate que les Speedmaster ont en moyenne une production supérieure » dit Rainer Wolf, responsable du management produits Sheetfed.

C'est aussi ce que confirme une étude de Smithers Pira. Ils ont analysé plus de 400 machines d'occasion de cinq constructeurs – avec un résultat sans équivoque : les Speedmaster Heidelberg ont imprimé nettement plus de feuilles. Ainsi, dans les classes de format 70×100, les machines d'autres constructeurs n'ont en effet atteint en moyenne que 73,5 pour cent du rendement des machines Heidelberg. « Les performances des Speedmaster Heidelberg sont donc de 36 pour cent plus élevées. Dans le format 50×70, la différence est encore plus marquée. Là, les machines de Heidelberg ont imprimé deux fois plus de feuilles par an, » précise Rainer Wolf.

L'étude de Smithers-Pira a également analysé l'impact de cette différence de productivité sur les couts unitaires. Là aussi, les résultats sont sans équivoque. Ainsi les couts d'impression d'une XL 106, dont le cout d'investissement était dans ce cas de 27 pour cent supérieur, étaient de 11 pour cent inférieurs à ceux d'autres constructeurs. « Là aussi le compte y est, car finalement la productivité l'emporte sur le prix », conclut Rainer Wolf.

Les avantages d'une productivité supérieure ne valent pas seulement, loin de là, pour les grandes entreprises. Les petites imprimeries doivent aussi s'efforcer d'être plus productives pour subsister sur le marché. Des machines plus productives permettent de compenser les volumes de production exceptionnels et de minimiser le cout des heures supplémentaires, des équipes supplémentaires et des majorations pour le travail du weekend. Une machine neuve remplace souvent avantageusement plusieurs machines anciennes.



PUSH TO STOP FAIT LA DIFFÉRENCE

Une commande de machine intelligente qui assiste l'opérateur ponctuellement là où menace le goulet d'étranglement est ici la solution. En fait, il faut s'y prendre bien plus tôt dans le processus, à savoir dans le prépresse et au niveau de l'informatique de gestion (MIS). Les processus interconnectés dans un réseau numérique sont plus faciles à automatiser et à optimiser que des processus analogiques.

Avec le concept « Push to Stop », Heidelberg a lancé un changement de paradigme dans l'impression industrielle sur machines offset feuilles et développé un objectif clair. Tandis qu'auparavant les processus étaient conçus, démarrés et exécutés activement par l'opérateur, c'est la machine ou le logiciel intelligent Prinect qui s'en chargera à l'avenir. L'exécution entièrement autonome de séquences de travaux et des opérations de mise en train pilotées lors de changements de travaux complexes sont aujourd'hui passées dans les faits. De nombreux systèmes d'assistance secondent l'opérateur et font que les performances de pointe ne sont plus l'exception mais la règle. « En tant que leadeur du marché de l'offset feuilles, Heidelberg est synonyme de qualité et de productivité. La mise en œuvre de technologies modernes et de logiciels intelligents fournit de nets avantages en matière de productivité. Des avantages qui se rentabilisent rapidement et accroissent la compétitivité de nos clients », résume Andre Strunk.

Ce que disent nos clients sur le thème de la productivité :

heidelberg.com/en/productivity

Un livre blanc à ce sujet ? Téléchargez gratuitement l'étude et le livre blanc de Smithers Pira :

heidelberg.com/en/whitepaper-smitherspira

« Je suis un fan du modèle »

En matière de modèle de souscription, Lensing Druck fait partie des pionniers. La décision d'opter pour ce modèle a été un choix judicieux, indique Robert Dembinski, gérant de Lensing Druck, dans son interview. Il explique par ailleurs quels sont les effets secondaires positifs du modèle et pourquoi il peut être un véritable atout pour les imprimeries.

Monsieur Dembinski, comment votre entreprise veut-elle être perçue sur le marché ?

Robert Dembinski : Comme l'imprimerie la plus moderne et la plus innovante de Rhénanie-du-Nord/Westphalie (Allemagne). Ça peut paraitre prétentieux, mais c'est comme ça que nous aimerions être perçus, et c'est notre orientation. C'est aussi pourquoi nous accordons une importance particulièrement grande à toujours travailler avec l'équipement le plus moderne du marché.

C'est pour ça que vous avez opté pour le modèle de souscription ?

Notre grande chance est d'avoir une maison d'édition comme société mère. Le modèle de souscription était malgré tout intéressant pour nous parce que nous nous demandons constamment comment continuer à optimiser notre imprimerie. Et là, le bouquet proposé par Heidelberg était exactement ce qu'il nous fallait.

Comment avez-vous appris son existence ?

Fin 2017, nous voulions acquérir une nouvelle presse et avons lancé un appel d'offres. Heidelberg nous a présenté le modèle, qui n'était pas encore sur le marché à l'époque. L'approche nous a convenu d'emblée, et nous avons ainsi été la première imprimerie offset d'Allemagne à signer le contrat.

Qu'est-ce qui rend le modèle aussi attrayant pour vous ?

C'est pour nous la méthodologie parfaite pour augmenter la performance. Je suis persuadé que nous n'aurions pu obtenir le même gain de performance par le seul achat d'une nouvelle presse – surtout pas en un temps si court.

Pourquoi pas ?

Outre la nouvelle Speedmaster XL 106, la clé du gain de performance a été pour nous le concept d'assistance-conseil Performance Plus contenu dans le contrat.

Robert Dembiski veut toujours travailler avec l'équipement le plus moderne. C'est pourquoi le gérant de Lensing Druck est un fervent amateur du modèle de souscription de Heidelberg.

Contrôle qualité sur la Speedmaster XL 106. En liaison avec Performance Plus, Lensing Druck a pu réduire d'environ 40 pour cent les délais de mise en train de la nouvelle presse.

« Le modèle de souscription est pour nous intéressant parce que nous nous demandons constamment comment continuer à optimiser notre imprimerie. »

Robert Dembinski
Gérant de Lensing Druck

Nous en avons énormément profité, car la nouvelle Speedmaster XL 106 exige un mode de travail totalement différent si l'on veut exploiter à fond les capacités d'automatisation totale de la presse. Pour que nous puissions le faire, les experts de Heidelberg ont analysé tous les processus, en examinant de près chaque détail. Par exemple, les déplacements des conducteurs et comment le papier ou les plaques arrivent sur la presse. Heidelberg nous a montré des amorces de solution et mis au point minutieusement chacune d'elles, en les chorégraphiant pour ainsi dire – même l'élimination des déchets. C'était exactement ce que nous voulions : pousser la productivité à ses limites et être d'égal à égal avec les meilleurs.

Comment savez-vous qui sont les meilleurs ?

Parce que Heidelberg le sait et partage ce savoir avec nous. Nous nous retrouvons une fois par mois en téléconférence et obtenons tous les chiffres dont nous avons besoin. Nous voyons ainsi, par exemple, où nous en sommes en termes de délais de mise en train par rapport à d'autres entreprises qui impriment sur les mêmes presses. Et nous voyons tout de suite où nous avons encore du retard à rattraper.

Où avez-vous pu améliorer nettement vos processus ?

C'était parfois de petites modifications – mais avec grand impact. Nous ne les aurions sans doute même pas trouvées nous-mêmes. Par exemple, biseauter les plaques dès le prépresse et les amener à la presse pour que le conducteur n'ait plus besoin d'aller les chercher. Ou créer une zone de mise à disposition du papier au pied de la presse pour que, là aussi, le conducteur réduise ses déplacements.

Cela vaut vraiment la peine de remettre en question chaque opération de mise en train et de l'optimiser en conséquence. Même si une optimisation ponctuelle ne nous fait gagner en fin de compte que dix secondes, elle se chiffre à plusieurs heures pour quelque 15 000 changements de plaque par an.

Au total, les diverses optimisations ont réduit d'environ 40 pour cent nos délais de mise en train. Performance Plus a d'ailleurs eu aussi un impact positif sur la productivité des autres machines.

Lensing Druck: Full Service with Speed

Lensing Druck est une entreprise du groupe Lensing Media, le deuxième plus grand éditeur de journaux du bassin de la Ruhr. La maison d'édition a été fondée en 1870 par Heinrich Lensing. Son fils, Lambert Lensing, éditeur de presse, élu plus tard député au Bundestag, a notamment contribué à la rédaction de la loi fondamentale de la RFA, en 1949.

Dans les années 1970 et 1980, la maison rachète d'autres quotidiens régionaux, prend des participations dans des stations de radio et se lance en tant que prestataire privé dans la distribution du courrier. Lensing Druck est depuis sa création partie intégrante du groupe, géré par la famille depuis plus d'un siècle.

Une étape marquante a été, début 2015, la reprise de l'imprimerie Hitzegrad. Depuis, l'entreprise regroupe ses activités offset feuille et imprimerie numérique sur un nouveau site, à Dortmund-Kley.

Aujourd'hui, Lensing Druck emploie 120 personnes sur une surface de 6000 m². Le cœur du parc machines est une presse Heidelberg Speedmaster XL 106 neuf couleurs et vernis. Lensing imprime en moyenne 65 à 70 millions de feuilles par an. Seule une partie des 4500 commandes enregistrées par an est d'origine interne au groupe.

Les clients viennent des organismes culturels, des associations et des maisons d'édition ainsi que de l'industrie et des pouvoirs publics, pour lesquels Lensing imprime brochures, catalogues d'art, magazines et livres.

Lensing Druck se positionne en tant que prestataire de services complet pour les médias et propose aussi, en plus de l'impression classique, le façonnage, la logistique et le publipostage. L'imprimerie aimerait à l'avenir mobiliser encore mieux ses potentiels. En renforçant, d'une part, les effets de ventes croisées et en travaillant plus étroitement avec les services commerciaux du groupe. D'autre part, en optimisant la productivité de ses machines. À cet égard, le modèle de souscription de Heidelberg est un levier important.

lensingdruck.de

Druckplatten-
herstellu

Aux limites de la productivité : pour que l'imprimerie puisse pleinement exploiter les capacités entièrement automatiques de la Speedmaster XL 106, des exeperts de Heidelberg ont analysé tous les processus, en optimisant aussi les déplacements des conducteurs de la presse.

Comment ça ?

Nos conducteurs travaillent en partie sur la Speedmaster et sur d'autres presses. Ils transposent alors aussi naturellement sur d'autres machines le nouveau mode de travail appris sur la Speedmaster. Ainsi, notre presse d'une marque concurrente, vieille de dix ans, est désormais 15 à 20 pour cent plus productive.

Quelle conclusion tirez-vous du modèle de souscription ?

Nous avons dit au départ que nous voulions être le leader de l'innovation et tirer le maximum de performance. C'est exactement ce qui nous permet le modèle : nous avons non seulement la toute dernière presse Heidelberg en service. Mais nous l'exploitons aussi avec la plus grande productivité possible. Finalement, peu importe que la machine m'appartienne ou non : ce qui importe, c'est uniquement qu'elle soit profitable. Et elle l'est. C'est pourquoi je suis un fan du modèle de souscription.

Le bouquet complet nous a en outre aidés de façon très déterminante à réduire la complexité de nos processus, celle-ci étant au total nettement moindre qu'auparavant. C'est ainsi, par exemple, que l'ensemble du processus de commande s'est pour nous radicalement simplifié, Heidelberg disposant de tout ce dont nous avons besoin pour imprimer et se chargeant même de toute la logistique. Le modèle est donc pour nous rentable à bien des égards.

Supposons que vous soyez le gérant d'une petite entreprise. C'est aussi pour ce modèle que vous opteriez ?

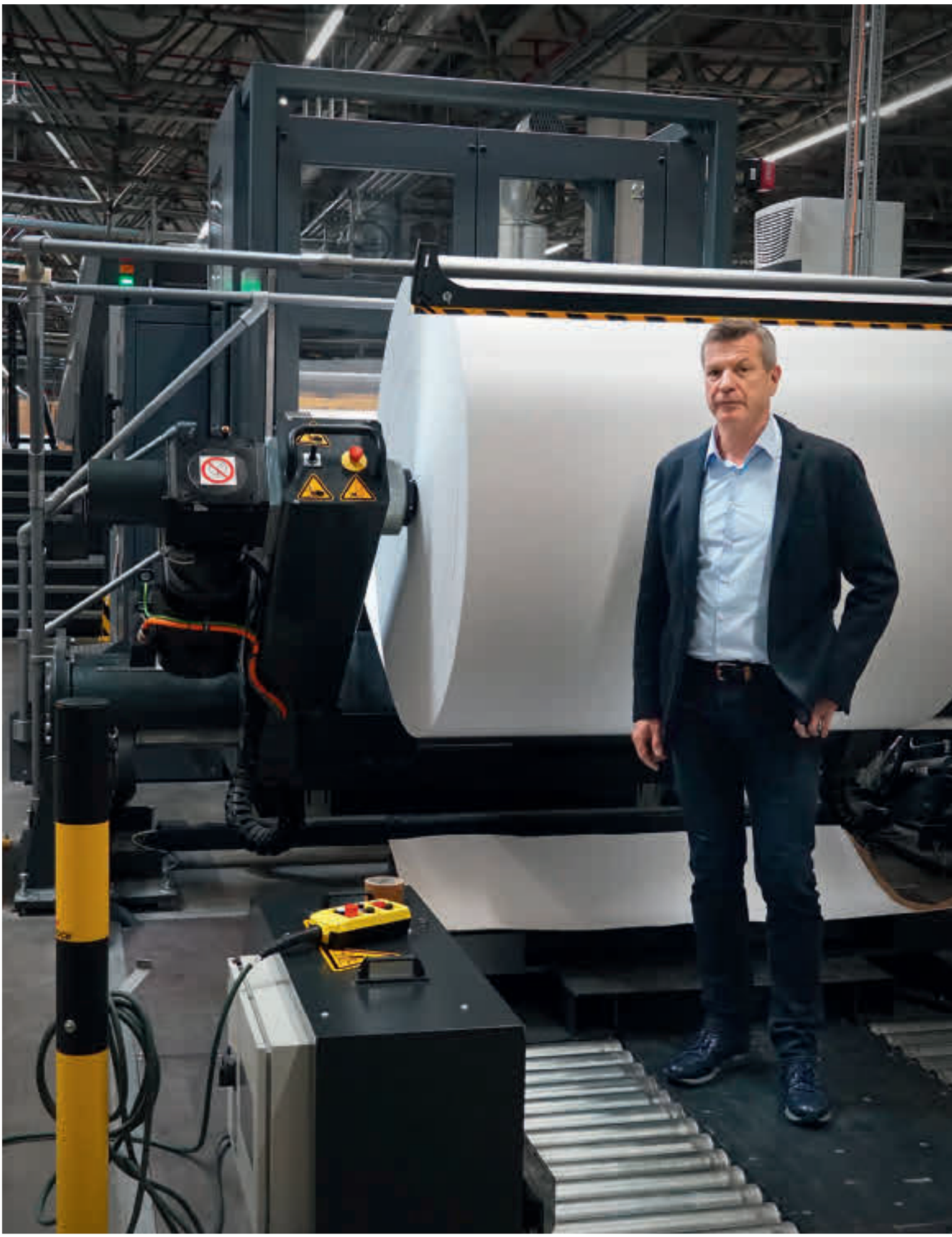
Il faudrait voir dans le détail. À mon avis, le modèle ne convient qu'à certaines conditions aux petites entreprises car il faut aussi qu'elles vendent les capacités additionnelles et qu'elles n'en ont éventuellement pas la possibilité. Pour moi, il est important que les imprimeries, quelle que soit leur taille, ne se reposent pas sur leurs propres connaissances, mais soient ouvertes à celles de partenaires externes comme Heidelberg. Même des conducteurs de presse expérimentés peuvent encore apprendre. En imprimerie, il n'y a rien qui ne puisse être encore amélioré.

À quelles améliorations travaillez-vous actuellement pour augmenter encore votre productivité ?

Techniquement, nous sommes déjà bien placés. Mais il y a encore quelques points sur lesquels nous devons progresser, par exemple sur la gâche à la mise en train ou sur la vitesse de tirage. Les domaines dans lesquels il y a encore de la marge se voient dans le comparatif graphique de Heidelberg, listant les paramètres clés de plus d'une centaine d'autres machines. Et je ne serais pas un bon gérant si je ne voulais pas aller là où sont les meilleurs.

Comment fonctionne le modèle de souscription Heidelberg :

heidelberg.com/en/video-subscription



Flexibilité au très grand format : avec le dispositif de coupe transversale CutStar destiné à la Speedmaster XL 162, le directeur de Saxoprint, Klaus Sauer, peut désormais utiliser du papier à la feuille ou en bobine, au choix, pour la production au format 7B.

Turbo pour le très grand format

De nouveaux équipements exceptionnels tels que le CutStar 162 et un kit faible grammage hautement productif améliorent le rendement en grand format de Heidelberg de près de 100 pour cent. Par exemple chez l'imprimeur en ligne Saxoprint qui met en œuvre depuis peu une Speedmaster XL 162 ainsi équipée.

Des clients de toute l'Europe commandent chez Saxoprint. Il n'y a pas deux travaux semblables et tout aussi variés sont les supports d'impression. L'imprimerie en ligne est connue pour ses prix avantageux, une qualité irréprochable et des délais de livraison courts. Grâce à des processus industrialisés et des équipements des plus modernes, l'entreprise allemande de Dresde exécute quotidiennement près de 5000 travaux. Les travaux reçus via la boutique web sont regroupés sur des formes multiposes puis répartis sur six bolides grand format de Heidelberg, parmi lesquels se trouve la dernière acquisition de Saxoprint : une Speedmaster XL 162 huit couleurs avec dispositif de retournement – et plusieurs nouveautés mondiales.

La presse de Saxoprint est ainsi la première au monde équipée du nouveau CutStar 162. Le dispositif de coupe transversale est conçu pour recevoir des bobines de papier de 3,2 tonnes, réunissant désormais, dans le très grand format, les avantages du faible cout de l'offset rotatif et la flexibilité de l'offset feuilles. Saxoprint bénéficie non seulement du papier en bobine moins cher mais aussi d'une étape de processus en moins. Grâce à la grande qualité de coupe du CutStar 162 dont les tolérances sont inférieures à 0,3 millimètre, les feuilles peuvent passer directement à la finition. Taquage ? Superflu. Grâce aussi à la grande qualité de sortie de la pince double qui a permis de supprimer les zones réservées requises jusqu'à présent pour le guide-feuilles et le ralentisseur de feuilles. Avantage : Des surfaces qui n'étaient pas imprimables jusque-là peuvent désormais être exploitées d'où plus de travaux par forme multipose.

Autre nouveauté sur la machine : un kit faible grammage complété qui améliore la stabilité lors de l'impression de supports délicats. Sans longue recherche des paramétrages corrects, il est possible d'imprimer jusqu'à 1500 feuilles de plus par heure, sur divers supports, parce que le passage du papier dans la machine, même à grande vitesse, est plus stable. La vitesse est encore accrue par le changement automatique des plaques d'impression selon un scénario de changement optimisé. Les anciennes plaques sont d'abord toutes éjectées avant l'amenage des nouvelles. Gain de temps : près de 40 secondes. Gain de flexibilité aussi au lavage, les plaques d'impression pouvant être lavées, selon les exigences du client, avant, entre ou après le changement des plaques. Les temps de mise en train plus courts, la réduction du nombre d'interruptions et une vitesse de production plus élevée confèrent à la Speedmaster XL 162 nouvellement installée un rendement égal au double de celui des machines à équipement standard.

La Speedmaster XL 162 à équipement UV bénéficie aussi d'innovations. La technologie LED est désormais également disponible pour ce modèle de machine. De plus, une interface de bus CAN permet de commander toutes les fonctions importantes à partir du pupitre de la machine.

Voyez comment Saxoprint produit avec la Speedmaster XL 162 et CutStar :

heidelberg.com/testimonial-saxoprint

Une avance décisive

Au lieu de courir après des exigences toujours changeantes, Rondo AG anticipe le marché. Le spécialiste suisse de l'emballage pharmaceutique, opérant au total sur 4 sites en Europe et en Amérique du Nord, a pour ce faire allégé et flexibilisé sa production de boites pliantes avec une Primefire 106 Heidelberg, à tel point qu'il s'est créé des potentiels de croissance supplémentaires en proposant des services prometteurs tels que l'approvisionnement à la demande et l'impression de données variable.

Dans le secteur pharmaceutique aussi, les horloges tournent toujours plus vite. Suite à une personnalisation croissante de la médecine, la tendance va à la multiplication des tailles de boîte ainsi qu'à un nombre croissant de versions de langues et de pays. En conséquence les tirages diminuent. Dans un même temps, les laboratoires pharmaceutiques programment des rythmes de mise à disposition des médicaments bien plus serrés qu'il y a encore quelques années, exigeant ainsi des imprimeurs d'emballages un maximum d'agilité. « Les besoins sont annoncés avec un préavis toujours plus court alors que le nombre de variantes des travaux augmente », explique Joachim Hoeltz, PDG de Rondo AG.

SERVICE D'APPROVISIONNEMENT À LA DEMANDE POUR PETITS TIRAGES

L'entreprise sise à Allschwil près de Bâle a amélioré la réactivité de sa chaîne de production par l'automatisation des processus et la connexion des données au système ERP du client, offrant ainsi depuis 2017 un service d'approvisionnement à la demande pour petits tirages. Rondo produit pour un groupe pharmaceutique international chaque semaine en juste-à-temps près de 200 travaux avec des tirages de 100 à 3000 feuilles par exemple. Rondo assure la production en l'espace de cinq jours à compter de la réception de la commande : de la génération et programmation des travaux d'impression et de leur répartition sur les chaînes de production à la livraison des boîtes pliantes au client, en passant par l'impression, la découpe et le collage, y compris le contrôle de qualité. L'impression s'effectue en offset classique sur une Speedmaster XL 105 Heidelberg avec dispositif de retournement et groupe de vernissage.

Il se pourrait cependant que ce qui est aujourd'hui « à la demande. » soit demain trop lent. Depuis l'année dernière, le système d'impression numérique Primefire 106 Heidelberg est venu renforcer la production. Les évolutions récentes en sont la raison : Selon Hoeltz, les tirages dans le domaine de l'approvisionnement à la demande ont encore chuté l'année dernière de 20 pour cent pour atteindre en moyenne 2 500 feuilles. Et une inversion de tendance n'est pas en vue. Rondo s'attend de plus en plus à l'avenir à des tailles de lot de 10 à au maximum 2000 feuilles avec des délais de livraison encore plus courts. Avec de tels tirages une production offset, même fortement allégée, touche à ses limites. « La Primefire permet de consolider notre service d'approvisionnement à la demande ainsi que notre position sur le marché », estime Hoeltz. La Primefire offre par ailleurs de nombreuses possibilités de personnalisation et de sérialisation.

QUALITÉ D'IMPRESSION MAXIMALE MÊME EN COULEURS SPÉCIALES

L'impression numérique est depuis des années à l'ordre du jour chez Rondo. Les spécifications très strictes du secteur pharmaceutique en matière de sécurisation des produits et de lutte contre la contrefaçon ont cependant contrecarré jusqu'à présent la mise en œuvre de cette technologie. « Parmi les nombreuses

presses testées dans les moindres détails, la Primefire 106 a finalement été la seule à nous satisfaire en tous points. La qualité d'impression de la machine a même dépassé nos attentes. Le rendu et la stabilité des couleurs de même que le repérage sont exceptionnels. L'image est comparable à celle de l'offset », explique Giovanni De Luca, Director Operations Suisse chez Rondo.

Dans le secteur pharmaceutique, les couleurs spéciales jouent un rôle critique en raison de la protection contre la contrefaçon et la confusion. Grâce à sa génération d'image en 7 couleurs, la Primefire 106 couvre 90 pour cent de l'espace chromatique Pantone. Et ceci avec une très grande fidélité des couleurs quels que soient les supports ou tirages. « Nous pouvons à tout moment produire fiablement une image d'impression reproductible pour une production zéro défaut », déclare De Luca. Le processus de génération directe de l'image évite par nature les variations de couleur car il n'est pas tributaire de variables telles que blanchets et plaques d'impression. Il ne nécessite pas non plus de mise en train lors d'un changement de couleurs spéciales.

« La Primefire s'intègre très bien dans notre parc de machines à imprimer. Avec son format B1, elle complète parfaitement la Speedmaster XL 105. Nous pouvons choisir la machine appropriée en fonction des exigences du travail », souligne Hoeltz. Les travaux de moins de 1200 feuilles et les travaux à très courts délais de livraison sont produits par Rondo sur la Primefire, les tirages plus élevés sont réalisés sur la Speedmaster. Les processus automatisés commandés par les données réduisent à zéro les temps de mise en train de la Primefire. Les temps de mise en train et immobilisations ne surviennent que lors du changement de matière et de plaques de vernissage et du calibrage que Rondo effectue toutes les 2000 feuilles en raison des très strictes exigences de qualité.

CODAGE DYNAMIQUE ET INSPECTION DE FEUILLES EN LIGNE

Rondo optimise actuellement la Primefire pour le secteur pharmaceutique en collaboration avec Heidelberg. « Étant soumis à de nombreuses règlementations, notre marché est très particulier », précise De Luca. Objectif : être avec Heidelberg et la Primefire le précurseur sur le marché pharmaceutique.

Les essais pratiques en cours portent sur les options de sérialisation avancées telles que les codes dynamiques ainsi que sur l'inspection de feuilles en ligne. Le traitement des données pour la génération des codes, constitués de diverses données telles que la date d'emballage et la date limite d'utilisation ou le numéro de lot, générées en partie pour chaque boite individuellement, est assuré par le front-end numérique de la Primefire. Pour l'inspection des feuilles en ligne en vue d'une production zéro défaut, une caméra compare la feuille imprimée au PDF du prépresse tout en documentant les résultats du contrôle.

La société Rondo est grandement satisfaite. « La Primefire 106 nous fournit un environnement de production parfait pour la réalisation fiable et rentable de très faibles tirages jusqu'à la taille de lot unitaire », explique Hoeltz. C'est le préalable à nouvelle croissance dans le segment de l'approvisionnement sur demande. Grâce à la Primefire, Rondo sera à l'avenir en mesure d'apposer en ligne certaines marques de sécurité telles que le « China Code » et de proposer sous peu de nouveaux services dans le contexte de la sérialisation et du codage. L'entreprise est parée pour l'avenir et devance ainsi à nouveau ses concurrents.

Voir en direct la Primefire 106 chez Rondo :

heidelberg.com/en/testimonial-rondo

Tient mieux et brille davantage

Le nouveau FoilStar Cure assure un processus d'ennoblissements stable par pelliculage à froid en ligne dans l'impression UV d'étiquettes.

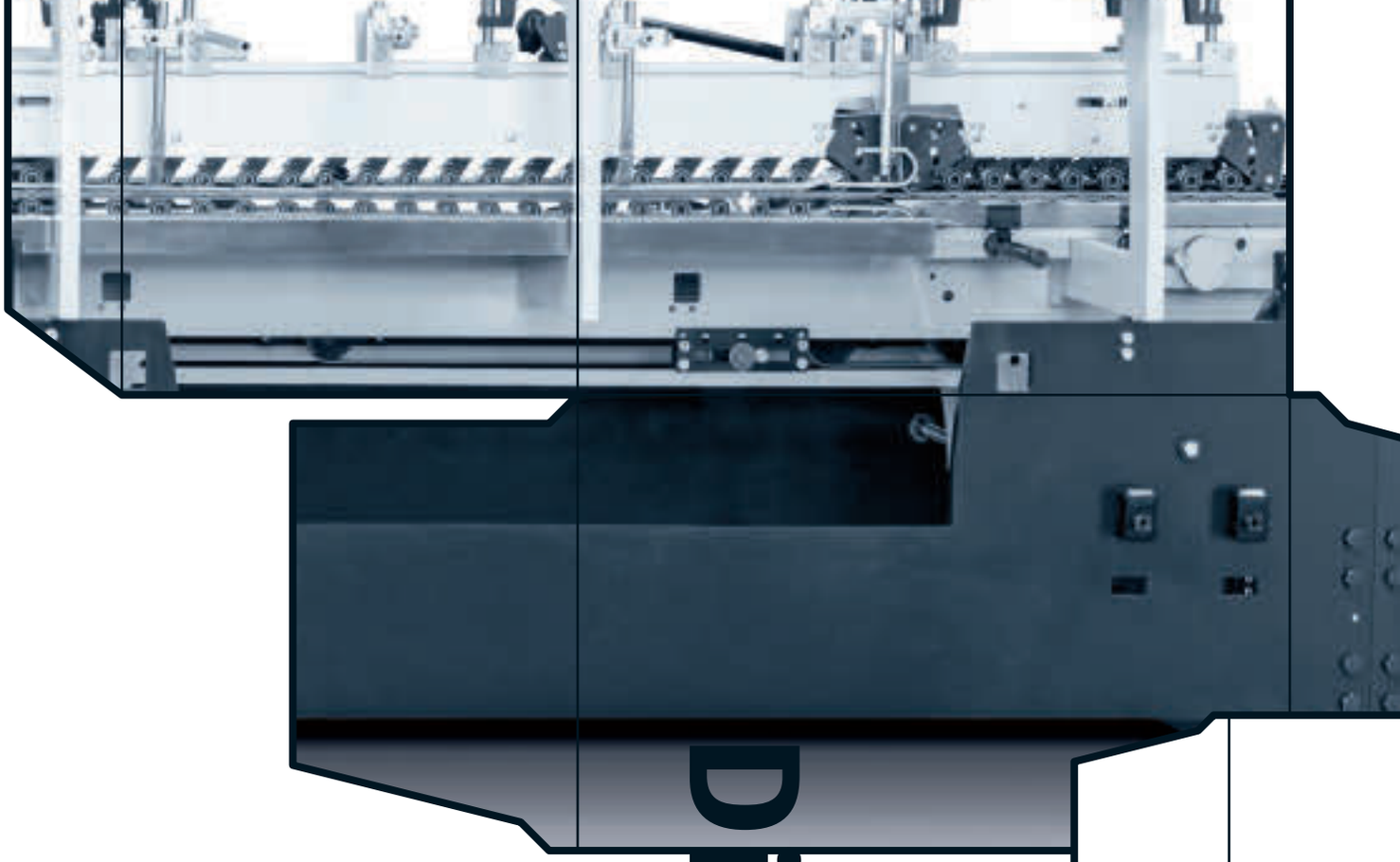
FoilStar Cure

Les ennoblissements en ligne par pelliculage à froid ont le vent en poupe. Le fait est que cette technique crée non seulement des effets fascinants sur les emballages, mais est aussi nettement plus rapide, plus souple et plus avantageuse que le pelliculage à chaud. La pellicule à froid est en outre mieux recyclable que les cartonnages en PET pelliculés métallisés, les pigments alu déposés sur le support se détachant plus facilement à l'élimination.

Ceci dit, bien que la consommation mondiale de pellicule à froid augmente, la technique a eu jusqu'ici du mal à s'imposer dans les domaines de l'étiquette en feuilles « in-mould » et « blow-mould ». En cause le manque de stabilité du processus qui a déçu les imprimeries et leurs clients. Le FoilStar Cure de Heidelberg résout en premier lieu ce problème par l'emploi de colles et encres dédiées au pelliculage à froid LED UV ainsi que de sécheurs LED UV Dry Star. En effet, sur le FoilStar, qui s'adapte a posteriori sur n'importe quelle presse équipée en conséquence, Heidelberg a optimisé le guidage de la bande pour que la pellicule reste plus longtemps sur le cylindre d'impression. Résultat : des pigments qui adhèrent mieux et qui brillent davantage et une grande stabilité du processus, qui ouvre notamment de nouvelles possibilités d'application aux imprimeurs d'étiquettes « in-mould ».

Pour en savoir plus sur le pelliculage à froid de la bouche d'un expert :

heidelberg.com/fr/experttalk-cold-foil



Diana Go

Un petit paquet de muscles

Pour se lancer parfaitement dans l'emballage – la nouvelle plieuse-encolleuse compacte Diana Go.

Souple, compacte, productive : la plieuse-encolleuse Diana Go 85 de MK Masterwork, distribuée en exclusivité par Heidelberg, est le choix idéal pour les imprimeurs de labeur et d'emballages désirant se lancer dans le « packaging » ou élargir leurs capacités de production. En effet, bien que sa longueur totale de 9,8 m lui confère une emprise réduite au sol, le nouveau modèle court regorge de technique Diana qui a fait ses preuves.

C'est ainsi, par exemple, que la Diana Go produit des boîtes américaines et automatiques ainsi que des enveloppes ou pochettes de CD à une vitesse de 250 m/min (300 m/min en option). Elle traite des cartons de 75 à 850 mm de large et des grammages de 200 à 600 g. Selon les besoins, la Diana Go peut recevoir en extension des systèmes d'encollage, de contrôle et d'éjection. La Diana Go offre une manipulation simple et intuitive, une navigation explicite dans ses menus et une commande sur écran tactile. Elle marque en outre des points par la rapidité de sa mise en train – le changement de courroie, par exemple, ne prenant pas plus de 60 s.

Vous trouverez ici les caractéristiques techniques et toutes les fonctionnalités de la Diana Go :

heidelberg.com/fr/diana-go

KATHARINA MÜLLER
HAINWEG 11
66666 WIESLOCH
DEUTSCHLAND
SOPHIE
WEDDING DAY
MICHAEL
WITH
LOVE
KRISTIN
BROWN
TEAM
BRIDE

Oui, je veux !

De l'invitation à la carte de remerciement : le Versafire Wedding Kit de Heidelberg offre de nouvelles inspirations et illustre par sept exemples d'application les multiples possibilités d'impression de la Versafire sur le thème du mariage.

OUI, JE VEUX !

Commandez tout de suite gratuitement le Versafire Wedding-Kit sur **heidelberg.com/fr/weddingkit**

Le mariage est le plus beau jour de la vie, un souvenir inoubliable. Les fiancés investissent beaucoup de temps, d'argent et de nerfs dans ce jour mémorable. Ce qui compte, c'est « la perfection du jour et du moment », et les couples misent à cet égard sur la qualité, l'individualité et la narration d'une histoire. De l'invitation à l'expédition de la carte de remerciement, en passant par le choix du menu et le plan de table. « Les imprimeries peuvent accompagner leurs clients tout au long de cette fête importante – par exemple par des cartons d'invitation modernes ou des portenoms personnalisés », indique Laura Sturm, Content Manager chez Heidelberg. « Comment pourrait se présenter une approche globale du mariage avec des imprimés, c'est ce que nous montrons avec notre Versafire Wedding Kit. »

« Le kit illustre à l'aide de produits finis les multiples possibilités de la Versafire et doit servir d'inspiration aux imprimeries et d'outil de dialogue avec leurs clients », explique Laura Sturm. « La boîte «Thank You» de couleur cuivre, par exemple, que les mariés peuvent remplir d'un chocolat ou d'une autre petite attention et envoyer en remerciement à leurs invités, est déjà prédécoupée et s'assemble par simples languettes. »

Du papier transparent au papier naturel structuré : le Wedding Kit illustre également l'impression sur différents supports. C'est ainsi, que la carte de remerciement sert d'exemple à la technologie « White First » de la Versafire EV. Avec le blanc comme cinquième couleur, avant CMJN, cette application recouvre certaines parties du support, faisant ainsi ressortir sur d'autres éléments l'effet métallique du papier. « Tous les produits peuvent en outre se personnaliser et s'ennoblir aisément avec la Versafire, par exemple par du vernis », ajoute Marc Schmitz, chef des produits Versafire. « Le Wedding Kit le montre : les imprimeries peuvent répondre à des désirs hors du commun de leurs clients – et contribuer à ce que «leur» jour mémorable soit aussi vraiment parfait. »

Le Wedding Kit comprend sept applications tournant autour du « mariage » et peut être commandé gratuitement.

Davantage d'informations sur les machines Versafire

heidelberg.com/versafire

Souhaiter et gagner

Encore plus rapide, encore plus beau et enfin doté d'une prise USB : participez et gagnez un iPad Pro 11" de la dernière génération d'Apple.

Comment ? C'est tout simple :
Rendez-nous visite sur notre site **heidelberg.com/hn/loterie** et indiquez-nous les thèmes que nous devrions aborder dans l'un des prochains numéros des Heidelberg News.

Le premier prix est un iPad Pro, la toute dernière tablette haut de gamme d'Apple à 256 Go de mémoire, reconnaissance faciale et commande gestuelle. Nous tirerons en outre au sort des prix de consolation : trois « Office Bags » du créateur berlinois « Sag+Sal » fabriqués à partir de blanchets offset recyclés.

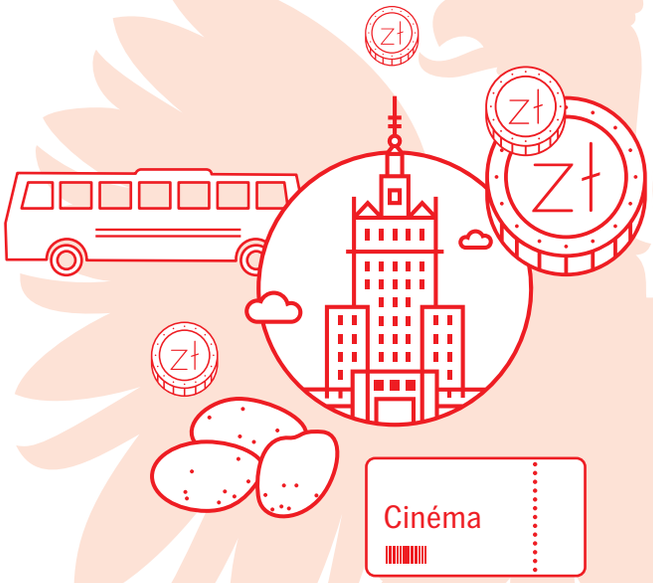
Ca vaut donc la peine de participer ! Remplissez notre bref questionnaire en ligne et indiquez-nous votre évaluation des Heidelberg News et les thèmes qui vous intéressent – sur **Heidelberg.com/hn/loterie** ou en scannant le code QR ci-dessous

Bonne chance !

heidelberg.com/hn/loterie

Gagnez un iPad Pro 11" d'une valeur de plus de 900 euros !

Conditions de participation : Est autorisée à participer toute personne majeure. Ne sont pas autorisés à participer les représentants légaux et collaborateurs de HDM AG et des entreprises qui y sont associées, en Allemagne et à l'étranger, de même que les membres de leur famille. Participe à la loterie toute personne ayant intégralement renseigné le questionnaire. La participation et les chances de gagner ne sont aucunement liées à l'achat des produits ou au recours aux services de HDM AG ou des entreprises qui y sont associées. Un versement en espèces des prix tirés au sort est exclu. Le droit à un prix ne peut être cédé. HDM AG se réserve le droit d'interrompre ou de mettre fin à tout moment, sans préavis et sans mention de raisons à la loterie. Le recours en justice est exclu. Vous trouverez les conditions de participation complètes ici : heidelberg.com/HNcompetition



Imprimer en… Pologne

Comment imprime-t-on dans le monde ? Dans notre série, nous présentons différents pays et précisons où en est le secteur et comment on vit là-bas en tant qu'imprimeur. Nous commençons par la Pologne.

La Pologne en chiffres

Habitants : 38 millions
Monnaie : złoty
Croissance économique : 5,1 % (2018)
Pouvoir d'achat : 83 milliards d'euros environ
Imprimeries : 8800 environ
CA du secteur : 4 milliards d'euros environ
Taux de chômage : 3,8 %

Le coût de la vie en Pologne

Ticket de bus : 75 centimes
Loyer : 430 euros environ
(2 pièces en centre-ville)
1 kg de pommes de terre : 44 centimes
Bière locale (0,5 l) : 70 centimes
Place de cinéma : 5,84 euros

Là où l'on vend beaucoup de biens de consommation, on imprime aussi beaucoup. Les imprimeries polonaises, notamment celles des centres économiques comme Varsovie ou Cracovie, en savent quelque chose. Et quelque chose de bien, car la Pologne connaît depuis des années un boom économique après l'autre. En 2018, le produit intérieur brut (PIB) a connu une hausse pratiquement record de 5,1 pour cent.

Le secteur de l'imprimerie polonaise profite aussi de l'énorme dynamisme économique. Il a pu presque doubler ses chiffres d'affaires au fil des dix dernières années. L'impression de journaux et de travaux de labeur a beau être, ici aussi, en régression. Selon la Chambre polonaise de l'emballage, les besoins en emballages papier devraient en revanche augmenter de 31 pour cent entre 2016 et 2030.

En 2017, la Pologne a importé pour 63,7 millions d'euros de presses offset – contre 43 millions seulement l'année précédente. Plus de la moitié des presses étaient d'origine allemande. Le secteur de l'imprimerie polonaise compte au total 8800 entreprises. Il s'agit essentiellement de très petites entreprises, employant moins de 9 personnes.

Pour devenir conducteur de presse, on prépare un CAP en 3 ans, la moitié en école professionnelle, la moitié en entreprise. À l'issue de sa formation, un conducteur de presse gagne environ 900 euros par mois. Ça paraît peu, mais ça correspond aux revenus de secteurs comparables. Les prix sont en outre relativement bas. Un deux-pièces en centre ville coûte de l'ordre de 430 euros, le titre mensuel de transports en commun environ 21 euros, et un menu à trois plats dans un restaurant de milieu de gamme un peu moins de 12 euros.

Édition

© Heidelberger Druckmaschinen AG N° 281, 2019 ; Internet : www.heidelberg-news.com ; E-Mail : heidelberg.news@heidelberg.com **Éditeur :** Heidelberger Druckmaschinen AG, Gutenbergring, 69168 Wiesloch, Allemagne, www.heidelberg.com **Chef de projet :** Sabine Langthaler, Tel. : +49-(0)-6222-82-67 963, E-Mail : Sabine.Langthaler@heidelberg.com **Design et production :** Signum communication GmbH, Lange Rötterstraße 11, 68167 Mannheim, Allemagne, Tel. : +49-(0)-621-33974-0, Fax : +49-(0)-621-33974-20, www.signum-web.de **Rédacteur :** Volker Zeese, E-Mail: zeese@signum-web.de **Chef de projet :** Roger Münzenmayer, E-Mail : muenzenmayer@signum-web.de **Direction artistique :** Oliver Weidmann **Composition :** Torsten Walker **Redacteurs de ce numéro :** Georg Haiber (12–14, 32–33, 34–39), Gabi Jörg (4, 5, 40–41, 46), Heike Link (10–11, 16–18, 20–23, 24–25, 42–45), Nina Probst (4, 6–9, 15, 19, 26–31, 47, 48–49, 51), Volker Zeese (3, 50) **Photographes de ce numéro :** Apple (50), Heidelberger Druckmaschinen AG (2, 5, 10–11, 13–14, 16–19, 42–45, 46–47, 48–49), Daniel Lukac (6–9, 35–39), Maksym Poriechkin (2, 26–31), Sag+Sal (50), Saxoprint (40–41), Axel Wascher (4) **Impression :** Imprimé en Allemagne, Print Media Center, Wiesloch-Walldorf **Procédé :** Plaques : Suprasetter, Impression : Speedmaster, Façonage : Stahlfolder, Consommables : Saphira, Fontes : Heidelberg Gothic, Heidelberg Antiqua, Couverture : LumiSilk, 250g/m² de Stora Enso, Contenu : LumiSilk, 130g/m² de Stora Enso **Tirage :** 39 530 examplaires **Distribution :** 100 pays **Langues :** Allemand, anglais, français, espagnol **Photo de couverture :** Oliver Weidmann, Signum
Le contenu des articles ne reflète pas toujours l'avis de l'éditeur. Tous droits réservés. Reproduction ou diffusion électronique uniquement avec l'autorisation de l'éditeur.

Responsabilité relative au contenu

Le contenu de cette brochure a été élaboré avec le plus grand soin. Cependant, nous n'assumons aucune responsabilité ou garantie quant à l'exactitude, l'exhaustivité et la précision des données y figurant. Il n'est aucunement garanti que le client puisse atteindre les valeurs et chiffres indiqués dans cette brochure (p. ex. concernant le fonctionnement et la puissance de la machine). Les données obtenues s'appuient sur des conditions idéales et sur une utilisation conforme de la machine. La réalisation de ces valeurs et chiffres dépend d'une multitude de facteurs et de circonstances, échappant au contrôle de Heidelberg (p. ex. réglages de la machine, conditions techniques générales, conditions de l'environnement, choix des matières premières et fournitures utilisées, consommables utilisés, état de la machine et son niveau de maintenance, connaissances de l'utilisateur, etc.). Par conséquent, ces données ne représentent ni une propriété de la machine, ni une garantie. Cette brochure ne constitue pas une offre contractuelle et son contenu est fourni uniquement à titre informatif (sans engagement).

FSC www.fsc.org
La marque de la gestion forestière responsable
FSC® C008807

print and equipment CO_2 neutral
HEIDELBERG
www.heidelberg.com/co2 · ID1000661/100000

Vous faîtes un vrai choix pour l'environnement en lisant ce catalogue, imprimé sur du papier Stora Enso. Le Papier est fait de bois, ressource naturelle recyclable et renouvelable. Le bois que nous utilisons provient de forêts bien gérées et certifiées qui garantissent leur développement continu.

Pour plus d'informations, merci de vous rendre sur notre site internet storaenso.com.

THE RENEWABLE MATERIALS COMPANY

storaenso