



→ NEW FRONTIER

L'IMPRESSION DIGITALE EN VOIE DE GÉNÉRALISATION

Lors du dernier salon All4Pack, Jean Schrurs conseiller pour les industries alimentaires, boissons et emballage du cabinet belge Cape Decision avait rassemblé les principaux acteurs autour du plateau TV. Notre correspondante belge, Dominique Huret, qui avait fait le déplacement jusqu'à Villepinte pour assister au débat, retrace les dernières avancées et perspectives qui y ont été développées.

Pour Smithers Pira, le marché de l'impression digitale va connaître une croissance en valeur de de 68.3 % d'ici 2018 ! Sans plaques à développer, l'impression digitale réduit le temps de changement entre les différentes impressions. De nombreux imprimeurs ajoutent une composante digitale à leur installation pour maximiser leurs offres et réduire leurs coûts à l'unité. Mais les améliorations en productivité et en qualité rendent l'impression digitale intéressante pour les grandes séries aussi. Pour les marques, avec davantage de références et de petites séries, l'impression digitale permet une grande flexibilité et ouvre ainsi de nouvelles perspectives en marketing et activation des marques.

DES ÉQUIPEMENTS DE PLUS EN PLUS PERFORMANTS

Au niveau des équipements, deux acteurs ont développé et commercialisent des technologies dites « matures ». On trouve le Belge Xeikon, devenu une division du groupe Flint, qui assemble, développe et entretient des presses digitales. A ce jour, quelque 1 300 presses sont sur le marché, avec impression toner sec. Patrick Helskens, spécialiste en applications et intégration de cartons et documents imprimés en impression digitale pour Xeikon : « C'est à Drupa et All4Pack que Xeikon a

Impressions sur Xeikon



présenté une presse pour cartons pliés et pour gobelets en carton. En effet, Xeikon s'oriente davantage vers l'emballage car c'est un marché en développement qui nécessite toute une gamme d'équipements spécifiques. La suite Xeikon 'full folding' utilise nos technologies d'impression tout en intégrant de l'équipement spécifique à l'emballage comme les vernis, les encres UV ou à l'eau et la découpe. Mais pour Xeikon, la force de l'impression digitale ne réside pas tant dans les courtes séries que dans le potentiel marketing. De nouvelles applications voient le jour et l'avenir est très prometteur. Enfin, notre technologie est à présent « rodée ». Nos premiers essais pour l'industrie de l'emballage datent de 2012 mais le marché n'était pas encore prêt. A présent, nous avons perfectionné nos équipements et la demande pour impression digitale sur l'emballage est là » conclut Patrick Helskens.

Pionnier dans la technologie d'impression digitale depuis les années 90, grâce à Benny Landa et sa technologie Indigo, HP est le leader du marché avec plusieurs milliers de presse dans le monde. La société américaine, basée en Israël, utilise le procédé d'encre liquide électrographique (LEP) pour l'impression d'étiquettes, de cartons pliés et d'emballages flexibles. Patrice Bernou, HP France Business Development Manager Digital, profite également du salon parisien pour annoncer les innovations d'HP. « Pour le carton ondulé, nous proposons à présent une solution pre-print et post-print, basées sur nos technologies de jet d'encre ». Comme HP aime faire témoigner ses loyaux clients, la société française Digital Packaging était aux côtés de Patrice Bernou sur le plateau TV. Antoine Tesquier, Brand Manager Packaging Recognition App and Personalization a donné son témoignage sur l'usage de la technologie HP. « Nous avons développé une application « My Pack Connect » qui identifie l'emballage à travers la reconnaissance d'image. Cela permet de passer outre les technologies intégrées telles que NFC, RFID, QR codes... Nous connectons même les emballages qui figurent déjà sur les rayons des magasins. En deux mots, nous faisons la liaison entre les besoins de marque pour plus de flexibilité en termes d'impression et le consommateur qui souhaite davantage d'information produits et d'interactivité. « My Pack Connect » est un outil d'édition : nous ne concevons pas l'emballage et laissons cela aux agences de création. Notre fonction première est de prendre une image et de la connecter à notre plateforme. Nous aidons les marques et les agences à mobiliser les consommateurs, en transformant l'emballage en une plateforme de conversation permettant les interactions. Au niveau du coût, comme il n'y a pas de volumes en jeux, il est possible de travailler avec une seule image « jpeg » qui est enregistrée dans notre base de données. Nous travaillons avec un abonnement mensuel, qu'il y ait une, dix



**Notre fonction
première est de
prendre une image
et de la
connecter à
notre
plateforme**



HP





Les bouteilles
chez Krones



Messieurs Helskens, Johnson,
Schrurs, Friesen, Tesquier et Bernou

ou un million d'images, il n'y a pas de frais supplémentaires », conclut Antoine Tesquier.

DES TECHNOLOGIES SPÉCIFIQUES

Deux sociétés allemandes font également parler d'elles, avec des solutions d'impression digitale plus récentes et dédiées principalement aux liquides, bouteilles et flacons. Etiq&Pack en a déjà parlé lors des derniers salons Labelexpo et Drinktec. Krones propose une impression digitale en trois étapes : d'abord un traitement de surface du « flacon » en fonction du substrat, ensuite l'impression sur le contenant et enfin le travail pour solidifier l'encre. La technologie d'impression n'est pas neuve : il s'agit du DOD ou « Drop On Demand ». Trois têtes d'impression sont superposées et permettent de décorer le récipient sur une hauteur de 210 mm. Le système Krones permet de rendre un effet tactile, possible tant sur des contenants PET que verre. Thomas Friesen, Krones Product Specialist for Labelling Technology explique : « Depuis que nous avons racheté la société Till, nous proposons deux systèmes d'impression : un rotatif avec têtes d'impression stationnaires et le second où les têtes elles-mêmes tournent autour des contenants. A ce jour, nous avons deux machines en fonction : la première semi-automatique permet de produire 1 000 échantillons par jour, la seconde une machine de test sur le terrain a déjà imprimé près d'1.5 million de flacons en Allemagne dans le secteur des cosmétiques. Un important brasseur américain a déjà passé commande pour un équipement qui sera opérationnel en 2018 ».

Spin off de l'équipementier allemand KHS, NMP Systems offre aussi une solution dont Etiq&Pack a déjà parlé avec l'impression directe sur les bouteilles, comme chez le brasseur belge Martens par exemple. KHS croit en cette technologie

depuis longtemps. Ces dix dernières années elle a investi 20 millions d'euros pour la développer. Phil Johnson, Managing Director de NMP System, Nature Multipack and Direct Print, précise : «Le PET c'est une partie importante de notre métier, puisque nous faisons tout l'équipement pour produire, souffler et remplir les bouteilles en PET. Nous avons ici conçu une encre spécifique qui n'a pas besoin d'un traitement spécial de la bouteille et qui peut être imprimée à 36 000 bouteilles à l'heure. La bouteille est totalement recyclable dans la filière normale de bouteille-à-bouteille. Nous venons de remplacer notre premier prototype dans la brasserie Martens par un équipement plus performant en terme notamment de résolution, d'inspection et d'orientation de bouteille. S'y ajoute surtout une interface avec espace individuel pour créations et maquettes, très pratique pour permettre l'impression en direct. » Phil Johnson ajoute « Le grand défi réside à simplifier le processus vu que les embouteilleurs et porteurs de marques ne sont pas des imprimeurs. NMP Systems prévoit de mettre 3 ou 4 machines sur le marché dans les 18 mois à venir. »

Sans surprise, pour NMP comme Krones, le prix actuel des encres demeure un frein au développement mais à terme la rentabilité devrait être au rendez-vous, avec les volumes à la hausse et donc les coûts à la baisse.

Pour terminer, Jean Schrurs interroge les participants : « A l'horizon 2018-2020, votre technologie sera-t-elle généralisée ou encore un outil de promotion ? ». Pas de doute, pour HP, Xeikon et Krones : leurs technologies d'impression digitale seront totalement opérationnelles et généralisées, alors que NMP vise 2025. Pour Digital Packaging, l'un des transformateurs indépendants en Europe (CA 120 millions d'euros) avec son application My Pack Connect les effets tangibles et marketing du digital sont déjà une réalité aujourd'hui.

Dominique Huret

L'exemple Martens



XEIKON

**CRÉEZ LA SUITE DE
CARTONNAGE PAR EXCELLENCE**
avec une Xeikon 3500

Une productivité inégalée, une qualité homogène irréprochable, et une créativité sans limite...
Faites comme bon vous semble et insérez tout ce dont vous avez besoin pour relever vos défis: vous augmentez vos marges en assurant le respect des normes les plus strictes.

**TOUJOURS UNE
LONGUEUR D'AVANCE**

PASSEZ NOUS VOIR AU XEIKON CAFÉ
28 - 31 MARS '17 | ANVERS
WWW.XEIKONCAFE.COM

■ direct. dedicated. digital

www.xeikon.com

A division of **FlintGroup**