

GRAFISCHE GROEP MATTHYS

L'INESTIMABLE BEAUTE DE L'OR

LE GROUPE **GRAPHIQUE MATTHYS** EST UN SPÉCIALISTE DU MARQUAGE DE PRESTIGE ET DE LA DORURE À FROID D'OUTRE-QUIÉVRAIN QUI EST TRÈS PRÉSENT SUR LES SALONS EUROPÉENS DE PRESTIGE. D'AILLEURS VOUS CONNAISSEZ PROBABLEMENT CERTAINES DE LEURS RÉALISATIONS ÉCLATANTES, DORÉES ET BRILLANTES. NOTRE CORRESPONDANTE BELGE, DOMINIQUE HURET, EST ALLÉE JUGER SUR PIÈCES.



PEU D'ENTRE NOUS PEUVENT PLACER LA VILLE DE TURNHOUT SUR LA CARTE DE BELGIQUE. Plein Nord du plat pays et à un jet de pierre des Pays-Bas, c'est pourtant le centre historique des grands acteurs belges de l'impression. En 1946, Rick Matthys crée son imprimerie ; en 1984, son fils Ludwig fonde une entreprise de photogravure. En 1998, c'est la fusion et la troisième génération passe aux commandes du Grafische Groep Matthys. Une solide équipe, composée des quatre frères, dirige les 30 personnes. Chacun des frères a son périmètre d'action, l'organisation est très linéaire et il n'y a pas d'organigramme en tant que tel. Une organisation qui fonctionne avec un chiffre d'affaires annuel autour des 7 millions d'euros.

**UNE SOLIDE ÉQUIPE, COMPOSÉE
DES QUATRE FRÈRES, DIRIGE
LES 30 PERSONNES**

**UNE ORGANISATION
QUI FONCTIONNE AVEC
UN CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL
AUTOUR DES 7 MILLIONS D'EUROS.**

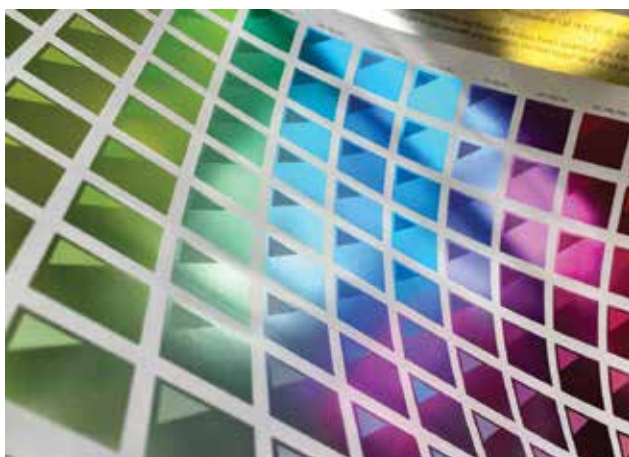
GG Matthys, comme on dit dans le secteur, travaille en offset traditionnel avec un module métal à froid indépendant et est un pionnier de cette configuration. En 2008, les frères Matthys ont convié le fabricant Manroland et ensemble, ils ont ajusté le module de dorure à la machine existante. En 2016, c'est une installation presse offset KBA avec module cold foil qui a complété le parc matériel de l'usine. Vincent Servais, en charge des relations extérieures, explique : « La dorure ou le métal à froid est une activité exigeante mais passionnante. Elle demande une approche à la fois collaborative et créative. Nous sommes à la croisée de plusieurs secteurs. En effet, en proposant de l'embellissement, nous travaillons sur trois secteurs distincts. Il y a les



« imprimés vendus » comme les livres et les magazines, où les couvertures doivent se distinguer et faire vendre. Les « imprimés de visibilité » qui, eux, ne sont pas vendus en tant que tels mais servent à promouvoir l'image et ou le produit, ce sont les emballages des produits de luxe par exemple. Enfin les « imprimés promotionnels » servent aussi la cause du marketing pour permettre une visibilité maximale. On fabrique ainsi, notamment pour la PLV, des displays mais aussi de nombreux catalogues de fin d'année ».

+ LA COLLABORATION EXTERNE, CAPITALE CHEZ MATTHYS

Et cela s'illustre tant dans les faits que dans les chiffres. « 30 % de notre production est réalisée pour nos « copains » imprimeurs, façonniers ou relieurs qui recherchent notre créativité et notre qualité. Nous travaillons pour le livre souple ou « de texte » ou le livre cartonné tels que livres d'Art ou les Bandes dessinées, une spécialité belge. Autre exemple, un industriel relieur très proche de notre usine était un grand producteur d'agendas, albums de photos et cadeaux d'affaires. Secteur durement impacté ces dernières



années, il s'est recentré sur le livre de qualité où ses compétences dans les différents types de reliure sont appréciées. Nous contribuons à leur succès en proposant des couvertures avec dorure haut de gamme. Un grand producteur de cartes à jouer figure aussi parmi nos clients. Le second tiers de nos commandes vient via des plateformes d'achat où réactivité et prix sont capitaux. Enfin, le dernier tiers de nos imprimés vient en direct de nos clients. Ce sont les porteurs de marques, éditeurs de livres et de magazines. Pour eux aussi, faire du beau ne suffit plus, le consommateur s'y est habitué... Outre la pertinence, les porteurs de marque veulent de l'excellence. Nous travaillons avec eux et proposons des essais d'impression pour vérifier le rendu. Selon ses besoins, le client peut opter pour un essai 'en amalgame' ou en 'solo'. Dans les deux cas, nous considérons l'essai comme un passage presque obligé et nous le proposons donc à des conditions tarifaires très attractives », ajoute Vincent Servais.

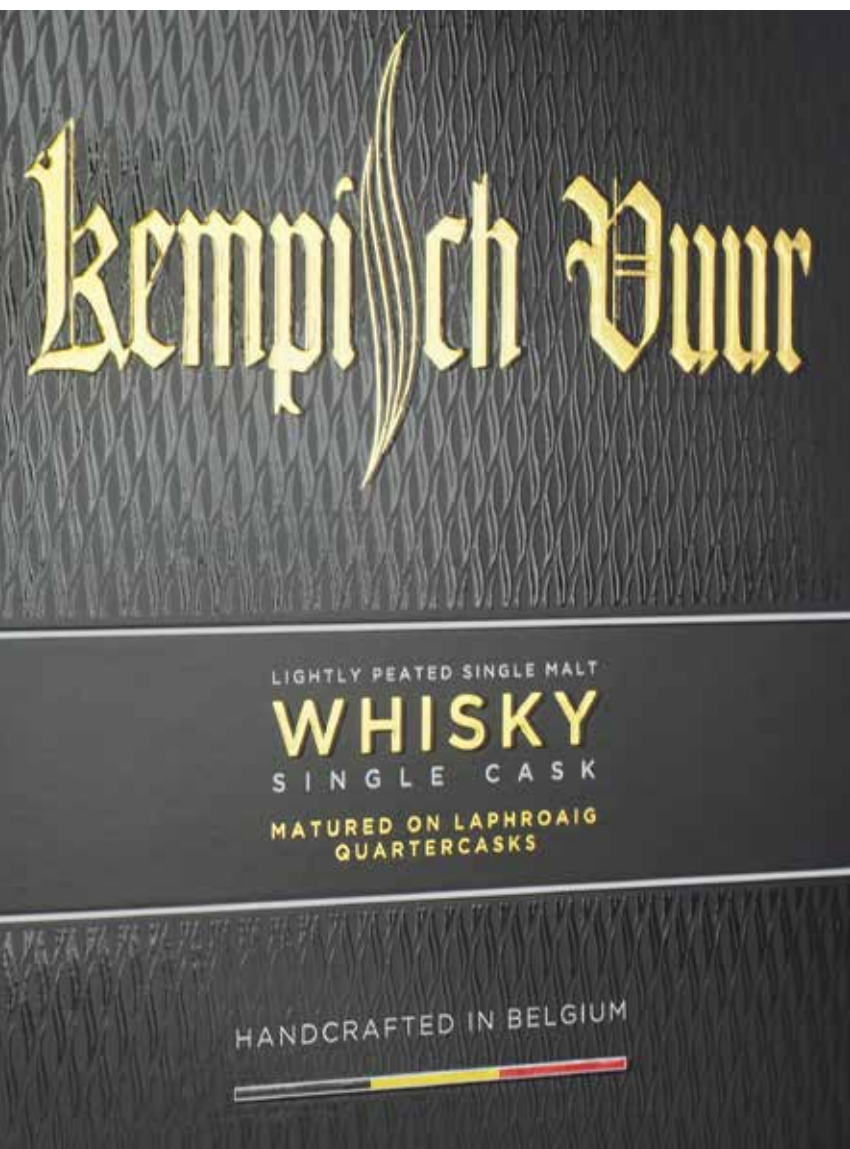
+ UN PEU DE TECHNIQUE SUR L'IMPRESSION DE MÉTAL À FROID ...

La colle se trouve dans le premier groupe d'impression et est « imprimée » comme le serait une encre offset (plaque + blanchet). Dans le second groupe impression, le ruban de métal est déroulé et mis en contact avec le papier. Aux endroits où se trouve la colle, le métal est transféré sur le papier. Le métal utilisé est d'habitude l'argent mais le métal doré ou holographique est aussi disponible.

Comme le veut l'offset, les quatre groupes suivants servent à imprimer la couleur. Celles-ci peuvent être imprimées sur les zones avec métal comme sur les zones non métallisées et cela simultanément.

Les quatre couleurs sont a priori les teintes de bas (CMJN) mais des teintes Pantone peuvent être utilisées.

Un système de transport très précis de feuilles au sein de la presse permet de déplacer le papier sans rayure ni maculage. La séquence d'impression se termine par la dépose d'un



vernis acrylique afin de protéger la surface.

On parle impression en un seul passage, car il est possible d'obtenir toute une gamme de teintes métal de plusieurs couleurs sur la même feuille et en un seul passage grâce à la combinaison métal/couleur. Différents vocables sont utilisés pour ce procédé : le cold foil, métal à froid, la dorure à froid, marquage à froid, métal foil, eco foil...

+ ECOLOGIQUES LES DORURES ?

« On peut sans exagérer dire que la dorure à froid est écoresponsable. En effet, tant pour les matières utilisées, le flux de production et même la recyclabilité du produit fini, le bilan est particulièrement positif. Les matières utilisées sont extrêmement peu polluantes, les encres sont végétales à 80 %, voire même 100 %, le film aluminium est ultra-fin. De plus, le métal resté sur le ruban, disons 'non consommé', est dirigé vers la filière de revalorisation. Et la presse est équipée d'un système de récupération qui permet d'utiliser le métal qui n'aurait pas été consommé'. Enfin, le laboratoire néerlandais « Kenniscentrum Papier en Karton » de Arnhem a certifié nos produits dorés à froid comme étant parfaitement « recyclables ». Les papiers et cartons imprimés en cold foil peuvent être collectés au même titre que les autres papiers

et cartons destinés au recyclage et ne doivent nullement être écartés. Comme il s'agit d'une impression offset à séchage conventionnel, il est aisé de produire conformément à la norme alimentaire. Seuls quelques petits ajustements sont requis afin de produire dans des conditions similaires à la norme BRC (emballage secondaire) ».

ON PARLE IMPRESSION EN UN SEUL PASSAGE, CAR IL EST POSSIBLE D'OBTENIR TOUTE UNE GAMME DE TEINTES MÉTAL DE PLUSIEURS COULEURS SUR LA MÊME FEUILLE ET EN UN SEUL PASSAGE GRÂCE À LA COMBINAISON MÉTAL/COULEUR.

Vincent Servais conclut : « Ce qui nous motive chez Matthys, c'est surtout le partage et le beau. Chaque jour nos talents d'artistes et d'artisans subliment les supports de nos clients. Voir le regard émerveillé de nos clients est très porteur ». Cette année encore, Grafische Groep Matthys expose ses réalisations au salon ADF PCD de Paris.

