

# Design au top, start-ups, Industrie 4.0 et FESPA

Inscrivez la date du jeudi 8 juin dans votre agenda pour l'évènement gratuit GetSmart in PrintMedia Business. GetSmart est une initiative des magazines Nouvelles Graphiques et M&C. L'évènement se produit pour la seconde fois. GetSmart est une combinaison d'orateurs, exposants, sessions parallèles et d'ateliers. L'évènement gratuit est sous le signe de l'inspiration, du business development, de la production industrielle et des nouvelles opportunités. Inscrivez-vous via [www.getsmart.be](http://www.getsmart.be). Les orateurs:

## « L'USINES DU FUTUR »

### PAUL PEETERS - LEAD EXPERT AGORIA



L'industrie manufacturière en Belgique est face à quelques-uns des plus grands défis de son histoire. Garantir une qualité supérieure, maintenir les petites séries rentables, atteindre rapidement de gros volumes, mener une adminis-

tration efficace, entreprendre de manière durable...

Pour assurer un avenir pérenne à leur secteur en Belgique, nos entreprises de production doivent se muer en organisations flexibles et de haute technologie.

Le projet « Made Different » les soutient et les accompagne dans cette métamorphose. L'entreprise désireuse d'évoluer en « Usine du futur » doit passer par sept transformations clés. Celles-ci sont liées. Se focaliser uniquement sur l'un de ces domaines ne procure ni l'effet escompté ni la synergie souhaitée.

Le plan d'action « Made Different » a été lancé en 2011 dans le cadre de la « Factory of the Future ». Il est le fruit de la collaboration entre la fédération professionnelle Agoria et Sirris, le centre de recherche collectif de et pour l'industrie technologique. Les industries agroalimentaire, de l'ameublement et du textile ont rejoint le programme depuis.

L'Usine du futur est le complément belge du phénomène « Industrie 4.0 » venu d'Allemagne. Un concept qui s'est décliné en « Print 4.0 » lors de la Drupa 2016. Seize entreprises de fabrication belges ayant suivi avec succès la trajectoire « Made Different » se sont entre-temps vu décerner le très convoité « Factory of the Future Award ». Sur les quatre années écoulées, elles ont investi plus d'un demi-milliard d'euros en automatisation. Les

nouvelles opportunités de produits et de marchés ont été activement exploitées, ce qui, selon une évaluation approfondie d'Agoria et Sirris, a entraîné une hausse du volume d'emploi de 11 %.

Paul Peeters, lead expert au sein d'Agoria, présente le canevas, les 7 transformations clés et les résultats du projet « Usine du futur ».

#### PAUL PEETERS

*Pendant la plus grande partie de sa carrière, Paul Peeters a assuré de nombreuses fonctions de management dans différentes usines Philips, aux Pays-Bas et en Belgique. Paul travaille depuis 3 ans chez Agoria, la plus grande fédération sectorielle de Belgique. Il assure la responsabilité finale du programme « Factory of the Future », une méthodologie de rupture pour les entreprises manufacturières belges visant un ancrage durable de la production locale. L'ambition est de créer cinquante Usines du futur d'ici fin-2018. Elles sont 16 jusqu'à présent à avoir décroché cette distinction. Serez-vous la prochaine ?*

## WHEN CORPORATES AND START-UPS MEET + DES START-UPS FONT LEUR PITCH EN DIRECT SUR GET SMART

### KATRIEN DEWIJNGAERT / LODE UYTTERSCHAUT

Chacun connaît Peter Hinssen et nul n'ignore plus que le monde autour de nous est en train de changer à vitesse grand V. Souvent aussi, les grandes entreprises savent très bien sur quels plans leur business model risque d'être attaqué. Elles ont même généralement quelques idées sur la manière de s'y prendre pour y apporter réponse. Mais l'idée n'est qu'une partie de la solution ; c'est

8 JUIN - DE MONTIL AFFLIGEM



l'exécution qui compte. Et c'est là que régulièrement les choses se compliquent, car les grandes entreprises sont habituées à commercialiser leur produit de la manière la plus efficace possible. De longues années durant, leurs collaborateurs ont été formés à privilégier l'aversion au risque, à colorier dans les lignes. Difficile dès lors d'en attendre qu'ils se montrent soudainement créatifs et entrepreneurs, et qu'ils se mettent à réfléchir hors du cadre pour mettre un nouveau service sur le marché. On compare parfois les grandes entreprises à une plantation, focalisée sur la production, ce en quoi elles excellent tout particulièrement. L'univers des start-ups, en revanche, ressemblerait plutôt à une jungle. Elles n'ont que faire des erreurs d'hier, ce qui leur permet de se concentrer pleinement sur le développement de leurs idées et la mise sur le marché rapide de leurs produits. Si ce n'est que le taux de survie dans la jungle est de nombreuses fois plus faible que sur la plantation. Les aptitudes nécessaires pour s'en sortir dans la jungle sont différentes de celles dont on a besoin pour travailler dans la plantation. À partir de Start it @kbc, nous avons accompagné plus de 450 jeunes pousses sur trois ans à évoluer de l'idée vers l'état d'une entreprise durable. Nous avons développé des perspectives sur la manière dont les entreprises peuvent collaborer avec les start-ups pour ainsi donner naissance à des synergies intéressantes. D'autre part, nous lançons prochainement un programme dans le cadre duquel les intrapreneurs peuvent faire appel à nos services pour aider davantage d'entreprises dans la mise en œuvre d'idées innovantes susceptibles de renforcer leur business model. Le bon maçon se reconnaissant au pied du mur, trois start-ups y feront également leur pitch.

#### LODE UYTTERSCHAUT

Lode Uytterschaut est le père fondateur de Start it @kbc. En tant que pionnier du paysage des start-ups en Belgique, lui et son équipe d'experts, accompagnent plus de 480 start-ups et scale-ups sur la voie de l'entrepreneuriat durable. Sa maxime : « *If you don't believe in yourself and what you are doing, why would the market ?* » (Si vous ne croyez pas en vous-même et en ce que vous faites, pour quoi le marché le ferait-il ?). En 2017, il ouvre l'offre de Start it @kbc aux teams d'innovation internes des grandes entreprises.

Liens vers le site Web et les médias sociaux : <https://startit.bel>, <https://twitter.com/LUytterschaut>, <https://www.linkedin.com/in/luytterschautlode/>

#### KATRIEN DEWIJNGAERT

Katrien Dewijngaert est la mère fondatrice de Start it @kbc. En tant que pionnière du paysage des start-ups en Belgique, elle et son équipe d'experts, montre la voie d'un entrepreneuriat évolutif à plus de 480 start-ups et scale-ups. Sa maxime : « *C'est le marché qui détermine si une idée de business est bonne ; donc, testez-la à temps.* » Avec Start it @kbc, elle met sur pied un Boardroom en 2017 et mise sur plus d'entrepreneuriat féminin.

Liens vers le site Web et les médias sociaux : <https://startit.bel>, <https://twitter.com/Ka-Dw>, <https://www.linkedin.com/in/katriendewijngaert/>

## CRÉATIVITÉ DÉBRIDÉE

### RIZON PAREIN

Rizon Parein, Belge et Anversois, est un designer et illustrateur 3D de réputation internationale. Dans son portfolio, on trouve, par exemple, l'affiche en néon 3D pour le film Drive, avec Ryan Gosling ; le matériel graphique des campagnes Air Max de Nike ; ou la campagne pour le festival Budweiser Made in America (BMIA) de Jay Z (rappeur superstar, homme d'affaires et époux de Beyonce). Rizon Parein a notamment conçu trois alphabets néon complets pour Jay Z BMIA ; et il a signé des publicités pour Toyota, Mercedes-Benz, Peugeot, Samsonite, Nokia, Nespresso, Fifa, Heineken, etc. Il a quitté les bancs de l'école à 17 ans et a appris les ficelles du métier sur le tas. D'abord comme concepteur de flyers. « Je pense qu'à un certain moment, je livrais les maquettes des prospectus de pratiquement tous les principaux clubs musicaux de Flandre. » Les designs graphiques d'événements hip-hop et techno ont marqué le début du sublime travail 3D de Rizon Parein sur ordinateur.

Comment est-il parvenu à chaque fois surprendre avec ses créations graphiques ? « En relevant le défi de faire à chaque fois les choses d'une manière nouvelle et différente. C'est le feu intérieur et la curiosité qui me poussent à aller de l'avant. Pour les prochaines années, je me vois évoluer vers la création de choses plus physiques. Davantage dans la direction du product design, du set design, etc. »

Rizon Parein a écrit des éditos dans des publications comme Fortune Magazine, Fast Company, Vogue, Huffington Post, Qvest Magazine. Il est régulièrement invité comme keynote speaker lors d'événements du monde du design et des affaires en Belgique et à l'étranger, de New York à Manille, en passant par Barcelone, Londres, Paris, Berlin, Helsinki, Amsterdam et Rotterdam. Bienvenue dans le monde de Rizon Parein



8 JUIN - DE MONTIL AFFLIGEM

**RIZON PAREIN**, [www.rizon.be](http://www.rizon.be)

*Le designer et graphiste 3D Rizon Parein est une figure de proue de la scène créative anversoise. Il a été en 2016 le conservateur de l'édition belge du célèbre festival du design OFFF de Barcelone. Trois jours durant, un panel de 20 orateurs du top niveau international sont venus à Anvers donner leur éclairage sur les toutes dernières nouveautés en matière d'offline/online design, de motion design, de sound design, etc.*

*Rizon Parein est un designer de renommée mondiale qui met son talent créatif et son savoir-faire au service de l'industrie de la musique et du cinéma, ainsi que d'une ribambelle de grandes marques internationales telles que Nike, Toyota, Mercedes-Benz, Peugeot, Samsonite, Nokia, Nespresso, Fifa, Heineken, etc.*

été rendu public à la FESPA 2015. On travaille actuellement à la deuxième édition, avec des informations qui sont collectées lors des différents événements FESPA dans le monde, et directement en ligne.

Christian Duyckaerts, président de FESPA, résume les six principales tendances de l'étude FESPA Census 2015 :

- Optimisme – confiance dans la croissance du chiffre d'affaires
- Exigences des clients – le print est une activité de service
- Évolution du mix de produits – de la production de masse vers la personnalisation de masse
- Technologie numérique comme levier de changement
- Croissance de l'impression textile dans les applications graphiques, vestimentaires, décoratives et industrielles
- Avenir de l'impression Sign & Display vue comme intégrée dans les médias numériques.

## FESPA : VISION SUR L'AVENIR DU PRINT & SIGN

### FESPA PRINT CENSUS : TENDANCES D'AVENIR EN PRINT & SIGN

#### CHRISTIAN DUYCKAERTS - PRÉSIDENT FESPA

FESPA Print Census, publication de la fédération sectorielle internationale FESPA en collaboration avec les analystes spécialisés d'InfoTrends, constitue une étude très fouillée, basée sur un grand nombre de données récoltées auprès de l'industrie du grand format.



Celle-ci livre des informations statistiques robustes sur le secteur du grand format et fournit à la communauté des entreprises actives dans l'impression des enseignements d'une valeur inestimable sur les forces économiques, structurelles, technologiques et sociales occupées à façonner l'avenir du « print ».

Forts de ces perspectives, les prestataires de services d'impression peuvent comparer leur activité avec celles d'autres entreprises, confronter leurs expériences au monde réel et mettre cette connaissance à profit pour évaluer leur propre stratégie de développement.

Les résultats de l'enquête Census sont publiés dans un rapport consistant et proposés sur une base exclusive aux membres des fédérations nationales de FESPA, dont Febelgra en Belgique. Les tendances les plus marquantes sont diffusées sur une plus grande échelle par le biais des médias spécialisés partout dans le monde.

Le premier rapport a été élaboré sur la période 2014/2015 et il a

#### CHRISTIAN DUYCKAERTS

*Christian Duyckaerts préside le conseil d'administration de FESPA, la fédération internationale des professionnels de l'impression sérigraphique, textile et numérique, représentée dans notre pays par Febelgra.*

*Christian est également le fondateur et le Managing Director de Retail Communicators, spécialiste de la communication visuelle pour solutions de retail : du concept à l'installation en passant par l'impression, pour de grands donneurs d'ordres tels que Nissan, Mediamarkt ou Uniqlo. Christian est dans le métier depuis plus de 25 ans, en tant que CEO et propriétaire de différentes entreprises d'impression en Belgique.*

*Après ses études graphiques à l'HIGRO de Gand, il a suivi différents cursus à la Vlerick Business School, notamment en finances, administration des affaires et marketing retail.*

## FESPA, ORGANISATION POUR ET PAR LES PROFESSIONNELS DE L'IMPRESSION

#### NEIL FELTON – CEO DE FESPA

L'expo mondiale FESPA est l'événement le plus important pour les entreprises spécialisées en sérigraphie, grand format et impression textile. Depuis ses débuts en 1963, ce qui était à l'origine le rendez-vous trisannuel de la sérigraphie, est devenu l'événement phare de l'industrie, une exposition mondiale attirant plus de 700 exposants et 23 000 visiteurs issus de plus de 130 pays.



## LES ORATEURS |

Forte de son héritage sérigraphique, la FESPA a évolué pour s'imposer aujourd'hui comme une plate-forme majeure qui reflète les changements radicaux vécus par le secteur. De 2006 à 2016, la FESPA a été organisée comme un événement dédié à la technologie print & sign numérique, et qui s'est révélé un important moteur d'évolution pour le monde de l'impression grand format.

Depuis 2013, la FESPA se complète de l'European Sign Expo, pour la signalétique non imprimée, et Printeriors a également été introduit à la FESPA 2015. Printeriors est une vitrine qui met en évidence le potentiel de l'imprimé comme médium pour les architectes et les décorateurs d'intérieur.

À partir de 2017, la FESPA rassemble l'ensemble des procédés, segments et applications sous la coupole unique et globale d'un événement européen annuel. FESPA organise aussi des salons régionaux en Asie, Eurasie, Afrique et Amérique centrale et du Sud, ainsi que des conférences, congrès et roadshows en collaboration avec 37 associations nationales.

Neil Felton, CEO de FESPA, clarifiera l'évolution du programme mondial des événements FESPA et illustrera comment cette approche reflète le développement de la communauté entrepreneuriale du print et contribue à la faire progresser. Felton partagera avec le public un certain nombre des dernières perspectives et tendances, qui déterminent en permanence l'offre de Fespa et offrent des opportunités de croissance pour les professionnels de l'impression.

### NEIL FELTON

*Neil Felton est le CEO de FESPA. Depuis son arrivée chez FESPA en 2011, son équipe a réalisé une croissance soutenue avec l'expo globale FESPA. L'événement European Sign Expo et la vitrine Printeriors ont par ailleurs été lancés, et le programme FESPA a été déployé en Asie, au Mexique, au Brésil, en Afrique et en Eurasie.*

*Neil a aussi donné une solide impulsion au programme didactique de FESPA, qui reflète les principales possibilités de croissance pour les imprimeries spécialisées.*

*Au cours de son parcours antérieur, Neil a occupé différentes fonctions dirigeantes dans l'organisation de bourses et salons, notamment en qualité d'Executive Director chez William Reed. En bonne place de son palmarès B2B, figure l'événement phare de l'industrie alimentaire britannique.*

*Neil siège au conseil d'administration de l'AEO (Association of Event Organisers), organisation influente au sein du secteur événementiel à l'échelle internationale. Il est diplômé en Études européennes.*

**Ateliers et sessions parallèles d'ADOBE, VIGC, GHENT WORKGROUP, TRENDS TOP, HEIDELBERG BENELUX, FEBELGRA/GRAFOC, BEMATRIX, BSO.**



## Royal Hoitsema reçoit la 100<sup>e</sup> Baumann BASA

Lors de la drupa 2004, la présentation de la première taqueuse automatique BASA de BaumannWohlenberg fut accueillie en fanfare; il s'agissait d'une des premières machines capables de taquer automatiquement les feuilles. Plus de 10 ans plus tard, BaumannWohlenberg livre déjà la 100<sup>e</sup> BASA. L'acheteur de cette 'Basa-jubilé' est la société Royal Hoitsema Labels, située à Groningen, aux Pays-Bas.

Ce fabricant d'étiquettes pour l'industrie de l'alimentation, de la boisson et du tabac attache beaucoup d'importance à une innovation permanente du produit et des processus. Ce n'est donc pas étonnant que Royal Hoitsema, en 2004, ait opté pour une machine Baumann BASA. Deux ans plus tard, en 2006, fut livrée la seconde BASA. Aujourd'hui, quelque 10 années plus tard, Royal Hoitsema Labels investit à nouveau dans une taqueuse automatique de BaumannWohlenberg.

Avec cette nouvelle BASA 3 c E, la société peut produire plus qu'avec les deux BASA's de la première génération ensemble.

manroland Benelux, le représentant officiel de la marque BaumannWohlenberg dans le Benelux, entretient depuis de nombreuses années un contact étroit avec le client. Lors de ce projet, leur équipe, en tant que partenaire d'affaires et de service fiable, fut impliquée depuis le début.

Pour en savoir plus sur cet exemple de réussite et bien d'autres, visitez [www.manrolandbenelux.be](http://www.manrolandbenelux.be)

**manroland Benelux N.V.**

**Avenue Reine Astrid 61, B- 1780 Wemmel**

**tél +32 2 456 85 00**

