

désormais un événement annuel), il est revenu sur cette première année stressante passée à la barre de l'entreprise. L'intérêt de Xeikon pour les presses à étiquettes à toner ne faiblit pas. On en recense actuellement environ 500 dans le monde. La technologie continue d'être développée. L'arrêt de la Trillium – le très prometteur projet de « toner liquide » qui exigerait toutefois encore des années de R&D et d'investissements – laisse davantage les coudées franches pour miser sur le jet d'encre. Xeikon n'a embrassé cette technique que depuis l'an dernier, avec l'annonce d'une première presse à étiquettes à jet d'encre UV : la « Panther PX3000 ». Filip Weymans, responsable du marketing de Xeikon, expliquait alors cette avancée comme suit : « La technologie du jet d'encre est prête ; et le marché est prêt. » Une étude de Xeikon arrivait par ailleurs à cette conclusion : il n'existe pas de technologie numérique universelle, pouvant convenir pour toutes les possibilités techniques et applications dans l'industrie de l'étiquette.

La « Panther PX3000 » promise a été montrée au grand public au Labelexpo 2017. Un modèle d'entrée y a aussi été directement annoncé : la Panther PX2000. Peu de temps après, Chatelard avait fait savoir que Xeikon reprenait à EFI les activités de vente et de SAV des presses à étiquettes jet d'encre Jetrion. Il devient donc évident, qu'à côté du toner, Xeikon mise aussi résolument sur le jet d'encre. La moitié de son budget R&D y est désormais consacrée. Chatelard ne le présente pas comme un mouvement de rattrapage, mais y voit plutôt un grand bond en avant : en investissant dans le savoir et l'expertise (et en combinant le tout avec l'expé-

25 ans d'impression numérique

Les premières presses numériques polychromes professionnelles ont été lancées voici 25 ans. Elles ont depuis conquis leur place tant dans le secteur graphique que dans l'industrie des étiquettes et des emballages. Xeikon, qui fut une pionnière dans ce domaine, fête elle-même ses 30 ans d'existence cette année. Les deux anniversaires sont évoqués en long et en large sur le portail www.pastprintfuture.com.



Johan Van de Velde d'AB-Inbev a présenté un cas réalisé en Angleterre où 10.000 petites bouteilles de Budweiser ont été imprimées avec différents drapeaux comme motif avec une machine Tonejet pour la promotion de Tomorrowland.

rience de la maison mère Flint), Xeikon entend pouvoir rapidement jouer un rôle dans le peloton de tête du jet d'encre. La reprise des activités Jetrion s'inscrit aussi dans cette perspective : avec plus de 200 installations (surtout aux États-Unis), l'entreprise s'approprie non seulement une solide part de marché, mais elle acquiert d'un coup beaucoup d'expérience pratique. Les développements propres en jet d'encre visent surtout les segments du marché de l'étiquette actuellement hors d'atteinte du toner. Chatelard a par ailleurs d'autres plans dans ses cartons : le jet d'encre à l'eau pour les emballages en carton ondulé est présenté comme « the next big thing ».

État des lieux

Un programme d'orateurs particulièrement étoffé attendait les vi-

siteurs de Xeikon Café. Plus de 40 démonstrations pratiques y ont mis en avant les applications les plus diverses – des étiquettes moulées (IML) aux gobelets en papier – sur différentes lignes de production numériques. Parmi celles-ci, un exemplaire d'une presse jet d'encre PX3000 (qui entamera bientôt une seconde phase de tests « dans les environs de Bruxelles ») fabriquait notamment des étiquettes de sécurité. La nouvelle CX500 à toner y était aussi à l'œuvre : elle imprimait des étiquettes variables pour la brasserie Duvel. Cette machine de 52 cm de laize a elle aussi été introduite l'an dernier pendant Labelexpo et elle est depuis janvier en bêtest chez Altrif Labels, à Rosendael. À Lierre, Niko Dhondt, directeur de l'imprimerie d'emballages St-Luc Labels & Packaging (propriétaire d'Altrif

depuis deux ans), s'en disait très satisfait : « En ce qui nous concerne, ce n'est plus une machine bêta ; elle produit chez nous à plein régime. » Dans son exposé au Xeikon Café, il a également confié que la part de l'impression numérique au sein de l'entreprise augmentait rapidement, au détriment des techniques conventionnelles : « Nous avons acquis cinq machines neuves sur les cinq dernières années ; une seule était conventionnelle. »

Carsten Stahl Hansen, de la société danoise Limo Labels, a également confié dans son intervention que le numérique a définitivement conquis droit de cité, à côté de la sérigraphie et de la flexo : « Nous avons deux presses jet d'encre Jetrion d'EFI et deux Xeikon 3300 à toner. Jet d'encre ou toner, on ne peut pas dire qu'un procédé soit meilleur que l'autre. Le choix dépend de l'application et du résultat final souhaité. »

Tendances, opportunités et stratégies

La grande diversité de possibilités, techniques et applications a forcé les fabricants d'étiquettes et d'emballages à mûrement réfléchir à une stratégie d'avenir. Les presses numériques (et aussi les équipements digitaux de façonnage et d'ennoblissement) font de plus en plus partie prenante de cette stratégie visant à réagir le plus rapidement possible aux changements du marché. Xeikon a demandé à Sean Smyth, observateur éclairé du secteur et consultant, de récapituler les tendances et opportunités au Xeikon Café, mais aussi et surtout d'analyser les stratégies que les entreprises peuvent suivre pour concrétiser leurs plans d'affaires. Son rapport identifie quatre