

les clients et les ventes. Si les ventes d'un produit continuent d'augmenter, il est intéressant d'investir. En cas de baisse, il est peut-être plus avisé de sous-traiter. Ils construisent ainsi des profils de leurs clients et voient quels segments sont en croissance ou en déclin.

La plupart des imprimeries ne disposent toutefois pas d'autant de données clients, ou elles n'ont pas les ressources nécessaires pour les soumettre aux bonnes analyses. Il revient donc aux fournisseurs de collecter les données par l'intermédiaire des utilisateurs de leurs équipements de production. Certains peuvent le voir comme un désavantage, mais en l'occurrence, nous pouvons probablement plutôt parler d'un mal nécessaire. Le fournisseur est de cette manière mieux en mesure d'évaluer si sa capacité de production doit être renforcée ou, inversement, réduite ou adaptée techniquement.

Bonnes nouvelles

Mis à part les inconvénients possibles en cas de dégradation de la relation fournisseur/utilisateur, l'imprimerie modulaire offre surtout des avantages. L'équipement de production n'est plus la meule au cou de l'entrepreneur graphique confronté à une diminution de commande. Il n'a plus à se soucier d'analyser les données et de surveiller l'avancement de la production ; tout cela est sous-traité au fournisseur.

Un espace d'expérimentation subsiste ainsi en concertation avec le fournisseur. La capacité de réaction se trouve en effet décuplée si les machines ne sont plus achetées, mais louées, et dès lors que le fournisseur prend à son compte tous les tracas liés à

l'implémentation, à l'entretien courant et à la formation. L'entreprise graphique peut ainsi se consacrer à ce en quoi elle excelle : répondre aux besoins du marché.

R&D durable

Le concept a aussi un effet d'impulsion positive auprès des fabricants d'équipements de production. Il en va de leur intérêt que leurs machines requièrent le moins d'entretien et de formation possible, et ils vont dès lors axer leur effort de recherche-développement en ce sens. En outre, des machines qui durent plus longtemps présentent un avantage économique. La probabilité qu'elles soient mises en service dans plusieurs entreprises est en effet importante. Tout prestataire graphique ne peut que se réjouir de pouvoir compter sur des équipements simples à conduire et des logiciels robustes. On se rapproche également de l'économie circulaire, où les avantages économiques sont corrélés à la durabilité et à la réduction du gaspillage. En tant que constructeur, Heidelberg, avec son concept intégral, a les bonnes cartes en main pour tirer profit de ce développement. KBA et Komori, tout comme d'autres fournisseurs de ma-

« Importance majeure de l'interopérabilité pour le Print 4.0 »

Les systèmes 4.0 proposés par des constructeurs comme Heidelberg, Koenig & Bauer et Komori sont tous liés au fabricant : ils opèrent uniquement avec des machines de la marque. Ce qui nuit à l'échange d'information dans les environnements de production mixtes, c'est-à-dire constitués de presses et d'équipements de finition de plusieurs fournisseurs différents. La Fachverband Druck- und Papiertechnik, l'association allemande représentative des secteurs de l'imprimerie et du papier active au sein de la VDMA, plaide pour une interface « Print 4.0 » ouverte pour l'industrie graphique. Elle a lancé en 2016 un projet visant à parvenir à « la définition d'un support d'information standardisé et indépendant des fabricants, qui couple le processus de production à l'ensemble des interfaces existantes ». L'objectif est que les entreprises graphiques puissent utiliser le nouveau standard dans l'équipement existant, indépendamment de la marque, tout en maintenant les besoins d'investissements au niveau le plus bas possible.

Le Prof. Dr Johannes Schilp, de l'Université d'Augsbourg, impliquée dans le projet, explique sur le site de la VDMA en quoi l'interopérabilité revêt une importance majeure pour le Print 4.0 : « À défaut, un avantage important de la chaîne de processus 4.0 restera hors d'atteinte. À savoir le suivi totalement autonome et une rectification éventuelle de toutes les étapes du processus de production. Ceux-ci ne sont possibles que si un échange libre des données entre les machines des différents fabricants est garanti. Des informations spécifiques doivent aussi pouvoir être partagées avec les clients par le biais « d'interfaces intelligentes » : « Quand une marque prescrit le respect d'une certaine charte graphique, l'imprimerie doit pouvoir prouver qu'elle a imprimé la couleur souhaitée. Ce qui ne veut pas dire qu'elle est tenue de faire savoir au client comment elle est parvenue à cette couleur. Rien n'oblige les constructeurs et les utilisateurs à laisser totalement voir dans leur jeu. »

chines, ont également toutes leurs chances. Pour peu qu'ils réussissent, à travers des partenariats judicieusement choisis, à proposer des solutions com-

plètes pour l'imprimerie moderne. De telles solutions, composées à base de produits collaborants, sont peut-être même plus flexibles. Tout fabricant peut en effet se concentrer sur sa spécialité, sans devoir réfléchir à l'ensemble des composantes du flux de production. Les opportunités sont présentes grâce à l'Industrie 4.0 ; aux fabricants de les saisir. Les imprimeries résolues à ne pas se laisser surprendre par tous les développements 4.0, mais qui sont au contraire bien décidées à s'y préparer convenablement, ont un nouvel avenir en perspective. ■

