

Grafische Groep Matthys, pionnier du marquage à froid en offset

Aurelia Ricciardi |

L'entreprise familiale belge de troisième génération Grafische Groep Matthys est un pionnier de la dorure à froid sur presse offset. L'imprimeur conventionnel en a fait son cœur de métier en 2008 afin de compenser le recul de l'impression offset. Depuis, l'entreprise basée à Turnhout a pu asseoir sa position d'acteur incontournable de l'ennoblissement sur les segments de l'emballage de luxe et de l'édition. Le chiffre d'affaires à l'exportation représente 50% de l'activité de l'entreprise.



Le packaging, un des segments phare de Grafische Groep Matthys.

«**A**typique», voici comment le directeur général Vincent Servais qualifie l'entreprise familiale Grafische Groep Matthys de Turnhout. «Notre produit est atypique et notre façon de faire du business est atypique», dit-il. Le groupe familial est en effet un acteur de niche dans le secteur graphique avec comme spécialité la dorure à froid, aussi dit métal

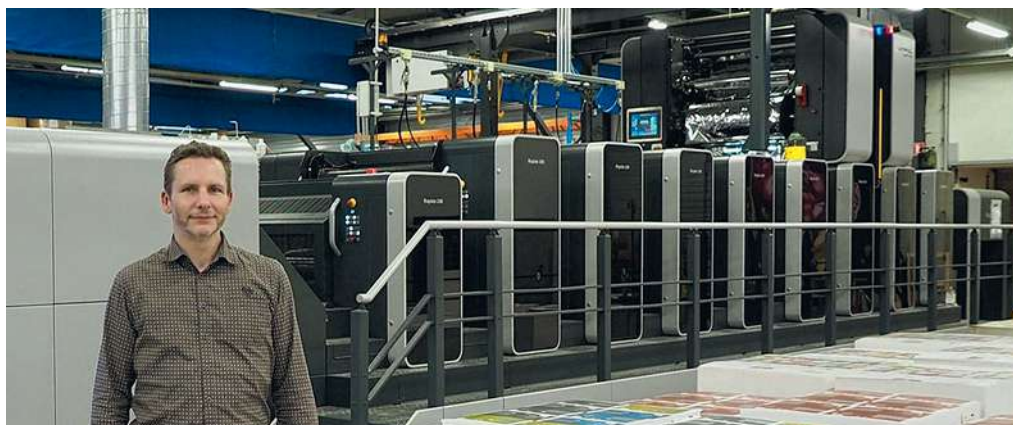
à froid. C'est en 2008 que l'entreprise décide de se concentrer sur cette technique d'ennoblissement, lorsque les frères Davy, Pascal, Erik et Filip Matthys reprennent les rênes de l'entreprise familiale. En 2016, Grafische Groep Matthys marque une première mondiale à la Drupa 2016. Elle investit dans la première unité en ligne de dorure à froid Vinfoil Optima, de

conception hollandaise, qui fut installée sur une nouvelle presse offset feuille Rapida 106 six couleurs de Koenig & Bauer, format 70 x100. Depuis, elle a été remplacée par une nouvelle presse Rapida 106 X en 2021. Ce procédé permet d'imprimer en quadri et d'appliquer des films de dorure en un seul passage pour

un rendu avec des détails très fins. L'intégration de l'unité de dorure sur une presse offset était considérée à l'époque comme une façon innovante de réduire la consommation de films, dont l'application générerait autrement beaucoup de gaspillage. Le fait de se spécialiser dans la dorure à froid a permis à Grafische Groep Matthys de mettre un pied dans le segment porteur de l'emballage de luxe, où de prestigieuses marques françaises sont établies.

50% d'exportations

Ce qui est aussi atypique c'est le niveau d'exportation pour une imprimerie belge: 50% du chiffre d'affaires vient des Pays-Bas et de France. Les clients finaux qui bénéficient du savoir-faire de Grafische Groep Matthys sont principalement



Vincent Servais, directeur général de Grafische Groep Matthys, auprès de la nouvelle presse de Koenig & Bauer.

issus du secteur de l'emballage et de l'édition. Les grandes marques de luxe de l'industrie cosmétique et automobile et les éditeurs de livres, de magazines et de cartes de vœux sont particulièrement friands de la dorure à froid pour leurs produits imprimés. «Le livre s'est très bien porté pendant la crise Covid et les couvertures avec métal à froid ont été très demandées en France. C'est une technique appréciée soit pour permettre au livre de se démarquer dans les linéaires soit pour donner une subtile touche artistique au livre. Il nous arrive également de faire un peu de PLV et de direct mail, mais cela reste marginal», ajoute Vincent Servais. Grafische Groep Matthys ne travaille pas en direct avec les marques ou les éditeurs, mais avec des prestataires de services tels que les façonniers, cartonniers et imprimeurs. Ce qui offre finalement peu de visibilité au spécialiste de la dorure à froid auprès des clients finaux. Alors pour stimuler la demande et se faire connaître, Grafische Groep Matthys présente des échantillons et des exemples de rendu de sorte à inspirer les potentiels clients. Dans ce cadre, une nouvelle chaîne YouTube a récemment été créée pour communiquer sur les différentes possibilités de la dorure à froid.

Un seul site de production

Pour servir la France et les Pays-Bas, tout se fait à partir du site de production à Turnhout. Depuis la première installation du système Vinfoil chez Grafische Groep Matthys en 2016, d'autres acteurs ont aussi opéré

cette transition. À commencer par l'imprimeur offset d'emballages TPG Packaging, qui s'est équipé en 2018 du premier Vinfoil Optima de chez Koenig & Bauer en France. Plus récemment, le groupe belge de Turnhout Van Genechten Packaging a également investi dans la dorure à froid en introduisant lui aussi le module Vinfoil sur son site français d'Angoulême. Opérationnel depuis le mois d'avril, le module de dorure à froid a été intégré à une presse Heidel-

n'est ainsi plus l'unique acteur dans le domaine de la dorure à froid pour le secteur de l'emballage haut de gamme. Plutôt que d'y voir une pression concurrentielle, Vincent Servais voit ce nouvel investissement comme une opportunité de mieux faire connaître la technologie. «Cela représente des parts de marché que nous n'aurions pas eues. Par ailleurs, plus il y aura de prestataires qui mettront le métal à froid en avant, plus ce sera facile de communiquer dessus. C'est

préfère en effet une production et une force commerciale centralisées sur un seul site, à Turnhout. «C'est un produit difficile à promouvoir. Nous préférons le handicap de tout faire à partir de la Belgique à l'avantage d'être près de la clientèle, car cela se ferait au détriment de la production. Or nous sommes convaincus que pour bien vendre le produit, il faut être en prise directe avec l'atelier», dit Vincent Servais.

Maîtriser les codes

En tant que pays voisins, est-il plus facile de faire des affaires en France? «On se comprend plutôt bien du fait de la proximité

et d'un marché structurellement identique. En tant qu'entreprise belge, on bénéficie aussi d'un capital sympathie et d'une réputation de sérieux et de rigueur auprès des Français», dit Vincent Servais.

Pour un prestataire actif sur le segment de l'emballage de luxe, maîtriser les codes du luxe semble néanmoins capital pour faire preuve de crédibilité auprès des potentiels clients. «Les prestataires cartonniers ont un certain bagage en la matière et leurs propres habitudes du métier». Et s'il y a un conseil à donner à tout entrepreneur du secteur graphique qui aurait des ambitions d'expansion, Vincent Servais suggère: «Commencer petit surtout, et doucement. Est-ce que mon produit fait sens sur le marché français? Qu'est-ce que je peux apporter? Qu'est-ce que je suis susceptible de signifier pour mon interlocuteur en matière d'expertise de produit, de service, de prix...?» ■



La dorure à froid est particulièrement utilisée pour les emballages, étiquettes, livres, cartes de vœux...

berg afin d'internaliser ce type de production sur le site de VG Angoulême. Le site français de Van Genechten Packaging est spécialisé dans la production d'emballages de produits haut de gamme tels que les spiritueux. «Ce procédé novateur s'aligne parfaitement avec notre offre de dorure à chaud, transfert métallisé et impression aux encres métalliques», résume Jérôme Cahu, Plant Manager de VG Angoulême. Depuis peu, Matthys

une technique qui commence seulement à être reconnue et recommandée aujourd'hui. Ce n'était pas encore le cas il y a deux ans.» À la question de savoir si Grafische Groep Matthys envisage d'étendre sa capacité de production à l'étranger, le directeur général Vincent Servais n'y voit pas l'intérêt. L'entreprise