

## Bobst ouvre un nouveau hub logistique EMEA à Genk

Lors d'une conférence internationale au siège suisse, Bobst a présenté ses dernières solutions axées sur les environnements de production d'emballages connectés, numériques, automatisés et durables. Le groupe suisse a également annoncé l'ouverture d'un nouveau hub logistique pour la région EMEA (Europe, Moyen-Orient et Afrique) à Genk. Le nouveau hub établi en Belgique a pour objectif de raccourcir les délais de li-



**Jean-Pascal Bobst, PDG du groupe, s'exprime lors de la conférence de presse internationale de l'entreprise.**

vraison des pièces. Environ 100 000 pièces pour toutes les gammes de produits sont stockées dans le nouveau hub à Genk, dans le Limbourg. Le nouvel entrepôt devrait être pleinement opérationnel à partir du 4 juillet. D'autres hubs se trouvent aussi aux États-Unis et en Asie-Pacifique. Bobst a par ailleurs annoncé un nouveau portefeuille de solutions et services basé sur les quatre piliers de sa vision stratégique: connectivité, digitalisation, automatisation et durabilité. Selon le PDG du groupe familiale Jean-Pascal Bobst, ce nouveau portefeuille permet «aux transformateurs et aux propriétaires de marques de prospérer dans ce nouveau monde de l'emballage». Au niveau de la chaîne de valeur de l'emballage, Bobst propose différents outils pour la rendre davantage connectée. À commencer par une nouvelle mise à jour des solutions numériques Bobst Connect afin d'optimiser le flux de

production. Pour les machines non connectables, Bobst a mis en place le service d'assistance 'Bobst Helpline Essential'. Ce service permet aux clients d'avoir accès au streaming vidéo et à une connexion prioritaire avec les spécialistes des services techniques de Bobst pour un dépannage et une résolution plus rapides des problèmes. Côté équipements de production, rappelons le lancement des presses à étiquettes Bobst Digital Master 340 et 510, qui combinent en un seul passage impression, ennoblement et découpe. Dans le secteur du carton ondulé, Bobst a également présenté la nouvelle ligne de transformation grand format Expertline, composée du système de découpe à plat Expertcut 1.7I et du procédé flexo post-impression Expertflex. En matière de durabilité, Bobst a mis au point avec des partenaires une pochette en polypropylène recyclé métallisée à haute barrière.

## Athena Graphics entre au capital d'iVisual

Le groupe ouest-flandrien Athena Graphics prend une participation stratégique dans l'entreprise anversoise iVisual. Les deux sociétés vont également collaborer étroitement dans le domaine de la technologie, de l'intelligence prédictive et de l'expertise de projets packaging pour les marques et les agences de design et de communication en Europe. L'Anversoise iVisual, ex-Color Navigator, se présente comme la première entreprise DesignTech capable d'étayer scientifiquement l'identité visuelle, les couleurs et la sémantique conceptuelle d'une marque, d'un produit ou d'un emballage, afin d'en prédire et d'en améliorer l'impact en ligne et hors ligne. «Nous sommes fiers de ce partenariat stratégique avec iVisual et en-

thousiastes à l'idée des nouvelles opportunités que nous allons développer», réagit Ignace Cosaert, CEO d'Athena Graphics Group. L'entreprise, qui a son siège à Roulers et des bureaux aux Pays-Bas et en France, dispose d'une équipe de 100 spécialistes artwork et prépresse. Spécialiste des processus de packaging, Athena Graphics a dans sa clientèle des marques telles que Delacre, Alpro, Weleda et Danone. Le framework iVisual allie une science brevetée des couleurs (Color Passport) à la sémantique conceptuelle et l'intelligence prédictive pour anticiper la façon dont les consommateurs vont percevoir un design et prendre en retour une décision dans les trois à cinq secondes qui suivent. «iVisual permet d'objectiver, d'op-



**De gauche à droite: Karine Steculorum (iVisual), Ignace Cosaert (Athena Graphics Group), Liselot De Baets (iVisual) et Thierry Lescauwaet (iVisual).**

timiser et d'accélérer n'importe quel processus de conception ou d'innovation», revendique l'entreprise anversoise. «Nous sommes très heureux de ce partenariat, qui est bien plus qu'une prise de participation financière», dit Thierry Lescauwaet, CEO d'iVisual. «Nous avons immédiatement ressenti la complémentarité des deux entreprises à de nombreux niveaux. L'exper-

tise et les développements technologiques combinés seront un important levier mutuel. Mais nous sommes également alignés en termes de culture d'entreprise et de travail d'équipes, avec une focalisation sur l'innovation et le service client.» Des marques telles que Colruyt, Heineken, Etex, Bebat, Under Armour, Unilever, Henkel et Mentos font confiance à iVisual.