

Xeikon breekt uit zijn comfortzone

Bruno Leijnse, fotografie Debby Termonia |

Xeikon concentreert zich voortaan op het bedrukken van etiketten en verpakkingen, een groei-markt nu e-commerce boomt. Benoit Chatelard, de nieuwe CEO, is niet bang van drastische beslissingen.

De Trillium One was de trots van Xeikon op de drukkersbeurs Drupa vorig jaar. De vloeibaretonerpers was een straat lang, had een prijskaartje met zes nullen en een drukwaliteit waarover marktleider HP zich zorgen mocht maken. Er zat zeven jaar Vlaams ontwikkelingswerk in het elektrografische procédé. En toch trok de nieuwe CEO van Xeikon, de Fransman Benoit Chatelard, de stekker eruit. Tegelijk neemt Xeikon de wereldwijde distributie en service van een serie inkjetprinters van het Amerikaanse EFI over. Het zal die printers ook mogen produceren. Het past allemaal in een nieuwe strategie van Xeikon, dat vooral wil uitbreiden in de snelgroeiende etiketten- en verpakkingenmarkt. Xeikon, dat traditioneel tonerprinters maakt, lanceerde dit jaar ook zijn eerste eigen inkjetprinters.

Sinds twee jaar zijn de Lierenaars in handen van de internationale Flint Group. Die haalt 2,4 miljard euro omzet uit hoofdzakelijk inkten, pigmenten en allerlei verbruiksgoederen voor de druk- en verpakkingenindustrie. Xeikon is nu de Digital Printing Solutions-divisie van Flint, die zich toelegt op kleinere of gepersonaliseerde reeksen. Digitaal drukken – zonder eerst drukplaten te moeten maken – biedt unieke mogelijkheden van personalisering of een kostenvoordeel voor kleinere reeksen. Met zijn omzet van 137 miljoen euro betekende Xeikon in 2016, vóór de EFI-deal, zo'n 6 procent van de Flint Group. De nettowinstmarge was vorig jaar ruim 14 procent.

Nummer 2 in etikettenprinters

De beslissing om de Trillium af te voeren werd al in de zomer genomen, verklaart Chatelard. Ze



BENOIT CHATELARD "In dit vak moet je heel snel lopen om te compenseren wat je verliest."

werd pas in oktober meege-deeld. Chatelard: “Het was een besluit van het hele management, niet alleen van mij. De Trillium mikte op graphic arts (direct mail en dergelijke van zeer hoge kwaliteit, nvdr), een markt waarin digitaal drukwerk met enkele procenten tot hooguit 10 procent groeit. Het gaat om een investering van miljoenen, dus je hebt klanten nodig met geld en volume. Die vijf werd zeer klein. We werden platgedrukt tussen de stijgende prestaties van vellenprinters zoals van Ricoh of HP Indigo aan de ene kant en de altijd maar goedkopere en betere inkjettechnologie aan de andere kant. En we waren niet klaar.”

“Er was een fundamenteel probleem met de vloeibare toner”, vult communicatiemanager en

Xeikon-veteraan Danny Mertens aan. “Een oplossing zou een jaar hebben gekost, met dan opnieuw een testperiode en een heleboel veranderingen in de printmotor. Wilden we dat wel doen?”

De middelen die Chatelard met de stopzetting van Trillium bespaart, wil hij in de groei-domeinen van Xeikon steken: etiketten en verpakkingen. Xeikon maakt al sinds 1996 tonerprinters voor etiketten en heeft er naar eigen zeggen ongeveer 500 uitstaan, de helft van zijn meer dan 1000 geïnstalleerde machines. Twee jaar geleden bracht het de Cheetah uit, die 30 meter per minuut drukt – toen de snelste op de markt volgens Xeikon. Sindsdien is het gamma uitgebreid. Digitaal drukken van etiketten groeit “13 à 14 procent per jaar”, zegt Chatelard. “Tonertechnologie is 70 procent van de etikettenmarkt. Daar heb je maar twee spelers: HP, dat zeer groot is door zijn positie in de VS, en wij, die historisch sterk staan in Europa. Toner is zo populair omdat het voedselveilig is”, zegt Chatelard.

Verdubbeling in de VS

Daarnaast is Xeikon dit jaar met zijn snelle Panther-modellen op de trend van de inkjettechnologie gesprongen. Chatelard: “Met inkjet kun je etiketten printen met een glanzend uitzicht die ook fijn aanvoelen, of duurzame labels voor shampoos of parfums, of de industrie. Daartegenover staat dat onze inkjetinkten ongeschikt zijn voor contact met voeding”. Ook de markt is anders. “Inkjet is 30 procent van de etikettenmarkt, maar je hebt

Sterk in onderzoek & ontwikkeling

Bij Xeikon Manufacturing, dat de printerfabriek in Lier en de tonerfabriek in Heultje (Westerlo) runt, werkte vorig jaar meer dan 40 procent van de 200 werknemers in onderzoek en ontwikkeling. Xeikon ontwerpt en assembleert in Lier niet alleen de tonermachines, maar ook de cruciale watergekoelde schrijfkoppen die de fotogevoelige beeldtrommels in de pers belichten. Daarnaast omvat de Xeikon-groep nog Xeikon Prepress in Ieper, een fabriek die onder meer belichters voor flexografische platen maakt en goeddeels autonoom draait. De Xeikon-groep telde vorig jaar gemiddeld 499 werknemers.

Speedmaster XL 75-8-P Say hello to Heidi



In een opvallende campagne – met een hoofdrol voor Kamagurka – maakte grafisch bedrijf Drukta deze zomer de komst van een Heidelberg Speedmaster XL 75 bekend. Het gaat om een achtkleuren machine, recto verso.



Zaakvoerders Renaat Desiere en Koen De Brauer: “Met deze state-of-the-art pers zijn we klaar voor de toekomst. De pers is uitgerust met volautomatische plaatwissel, Prinect Inpress Control, Intellistart.

Trefwoorden zijn maximale automatisering, sublieme drukkwaliteit, bliksemsnelle jobwissels, minimale inschiet en vlijmscherpe prijsstelling. Hiermee spelen we in op de marktvraag van steeds kortere deadlines en topkwaliteit zonder compromissen.”

Om de komst van de nieuwe pers luister bij te zetten, voorzag kunstenaar-cartoonist Kamagurka de 17 meter lange machine van grappige ‘druktekeningen’. “We noemen de nieuwe pers hier trouwens Heidi – waar dat vandaan komt laat zich raden – en hebben haar zo ook bij onze relaties geïntroduceerd: *Say hello to Heidi.*”

➔ heidelberg.com/bnl

er gemakkelijk tien concurrenten zoals Durst, Domino, Screen en andere, die allemaal relatief klein zijn. De instapdrempel is lager.”

Daarom is Chatelard blij met de overname van de Jetrion-etikettenprinterlijn van het Amerikaanse EFI vorige maand. EFI wil focussen op zijn druktechnologie voor keramiek, textiel, golfkarton en grotere reclameformaten.

De Panther-lijn wordt niet in Lier gebouwd, maar volgens ingewijden door Dilli in Zuid-Korea. De printkoppen zijn Japans. Xeikon stuurt de machines wel aan met hetzelfde X800-systeem dat ook zijn tonerprinters gebruiken. De Jetrions daarentegen worden in de VS gemaakt en aangestuurd door EFI-software.

Het jaarverslag 2016 van Xeikon toont een paradox. De verkoop

“In tonerprinters voor etiketten heb je maar twee spelers: HP en wij” Benoit Chatelard

Volgens het vakblad Grafisch Nieuws zijn er 220 Jetrions in gebruik, waarvan de helft in de VS. Ondanks een recente upgrade behoren ze niet meer tot het modernste materiaal op de markt. EFI blijft ook de lucratieve inkt voor de Jetrions leveren. Er is geen waarde geplakt op de deal. “Zij wilden een goede thuis voor hun klanten. Wij wilden uitbreiden in inkjet in de VS. Onze geïnstalleerde basis in de VS zal meer dan verdubbelen”, glundert Chatelard.

Inkjet komt niet uit Lier

Het wordt wel uitkijken wat de inkjettechnologie betekent voor de waarde die Xeikon toevoegt.

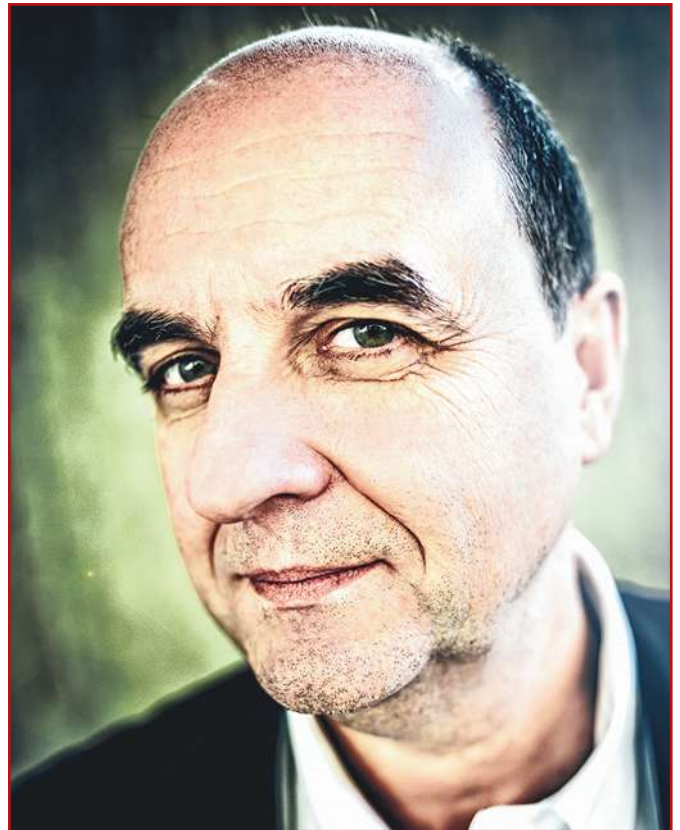
van machines steeg met 14 procent tot 56 miljoen euro. De verkoop van verbruiksgoederen bleef vlak op 81 miljoen. Moest die niet evenredig stijgen? Chatelard: “Je verliest altijd een deel van je historische business. In dit vak moet je heel snel lopen en nieuwe klanten winnen, zodat je een nieuwe tonerstroom bouwt om te compenseren wat je verliest.” Voor Xeikon komt daarbij dat nog altijd de helft van de omzet uit het drukken van documenten komt, een markt die relatief trager groeit. Ook daarom is Chatelard blij met inkjet. “Dat is zuiver bijkomend inkomen. Niks van het verleden gaat daarmee achteruit.”

Xeikon in cijfers

Geconsolideerd in 2016, miljoen euro

- Bedrijfsopbrengsten: 141,8 miljoen euro (+4,8%)
- Bedrijfsresultaat: 18,6 miljoen euro (-15,6%)
- Nettowinst: 20,5 miljoen euro (+4,3%)

De nettowinst kreeg een duwtje van de fiscus, het bedrijfsresultaat kwam vooral lager uit door de aanwerving van meer verkoop- en servicepersoneel.



BENOIT CHATELARD “In verpakking ligt de markt nog open.”

Verpakkingen en China

Verpakkingen – alles behalve golfkarton – zijn de tweede groeiemarkt voor Chatelard. Met de opkomst van e-handel stijgt de vraag naar verpakking. Het aandeel van digitaal drukken daarin is nog klein, maar de groei is sterk. “In de orde van 20, 30, 40 procent. Je stapt over van bruine dozen naar personalisering voor merkidentiteit, emotionele relatie en beveiliging tegen fraude”, zegt Chatelard. Beveiliging is een niche voor Xeikon, dat minstens twee klanten heeft voor het drukken van takszegels. “In verpakking ligt de markt nog open. Er zijn HP, wij en nog een paar anderen, maar de markt kijkt nog naar wie de echte noden zal invullen voor prestaties, prijs en kwaliteit.” Chatelard verwacht dat dit jaar

twee derde van zijn nieuwe omzet uit etiketten en verpakking komt. Volgend jaar, met Jetrion erbij, wordt dat zelfs 80 procent. Xeikon afficheerde vorige week zestien vacatures, na al een personeelstoename vorig jaar. Chatelard wil ook groeien op de enorme Chinese markt, waar Xeikon nauwelijks een voet aan de grond heeft. Moederhuis Flint had er vorig jaar al zeven inktfabrieken. Chatelard: “We breiden daar sterk uit. Flint steunt ons”. En Lier? “We hebben de huur van onze kantoren vernieuwd en we bouwen een nieuw magazijn in Heultje. Lier heeft nog capaciteit en je hebt hier alles onder één dak, van onderzoek & ontwikkeling en marketing tot fabricage. Dat is uniek.” ■

Dit artikel verscheen eerder in Trends.