

Corona, inflatie, tekorten... terugblik op een 'moeilijk' jaar

Aurelia Ricciardi |

'Moeilijk', dat is het woord dat spelers uit de grafische sector het vaakst in de mond nemen om het jaar 2021 te omschrijven. Iedereen zette het jaar nochtans met behoorlijk wat optimisme in omdat de lockdown voorbij was en de gezondheidscrisis onder controle leek. Sindsdien hebben andere internationale fenomenen het feestje verstoord en de situatie nog onoverzichtelijker gemaakt.

De covidcrisis in 2021

We kunnen het niet ontkennen. De coronacrisis heeft de Belgische economie zwaar getroffen en op een nooit geziene manier nog wel. Toch was er een onmiskenbaar herstel dat iedereen ertoe aanzette om 2021 met een min of meer stevige scheut optimisme aan te vatten. "De impact van de recessie van 2020 was weliswaar hard, maar het herstel dat erop volgde verliep even snel als sterk dankzij steunmaatregelen van de overheid alsook door de aard van de schok zelf", luidt de analyse van de Nationale Bank van België. Het jaar 2021 diende zich rustiger aan, hoewel... Eind 2021 is het verplichte telewerk weer helemaal terug, liggen de ziekenhuizen vol coronapatiënten en hebben de regeringen nieuwe beperkende maatregelen aangekondigd. "In het begin van het jaar hadden we betere perspectieven. Nu hebben we helemaal geen zicht op wat zal volgen", zegt Nicolas Verplancke, directeur van



GETTY IMAGES

In 2021 leidde de sterke heropleving na de coronacrisis tot een piek in de vraag naar papier die groter was dan het beschikbare aanbod.

de Doornikse digitale drukkerij Labelpages. Roland Soubras, gedelegeerd bestuurder van de offset- en digitale drukkerij Snel in Herstal, stelt: "Ik verwachtte dat het nieuwe jaar moeilijker zou zijn dan dat daarvoor. Het werd een jaar met hoogtes en laagtes waarin de vraag op sommige momenten sterk piekte. Gelukkig was de overheidssteun er. Die kwam goed van pas, vooral in het begin van het jaar."

Voor de meeste drukkers is 2021 rustig van start gegaan. Dat is niet ongewoon, maar voor sommige drukkers was het nog rustiger dan anders. Dat was onder andere het geval bij Snel: "De eerste vier maanden waren moeilijk. De omzet bleef achter. Heel wat klanten stelden de productie van hun catalogus uit. En een klant die 10.000 exemplaren besteld had, heeft dat tot 500 exemplaren terugge-

schroefd. Tegelijk is de digitalisering er snel op vooruit gegaan. Bepaalde types van drukwerk zijn verdwenen en zullen niet meer terugkomen", weet Roland Soubras. Eric Guillaume, de gedelegeerd bestuurder van de offsetdrukkerij Bietlot in Charleroi, stelt hetzelfde vast: "Vooral bij de eventsector en de toeristische sector hebben we de gevolgen van de lockdown gevoeld. Die sectoren hebben zich



Erik De Vos van Antalis: "Laten we de piek in de vraag als een positief signaal zien en als een kans om de waarde van onze sector en onze producten opnieuw in evenwicht te brengen."

nog niet hersteld. Gewoonlijk drukken we tijdens het eerste trimester veel publicaties voor het Franse en Belgische toerisme. Wegens covid waren dat er dit jaar veel minder. Uiteindelijk was 2021 minder goed dan 2020, wat toch het coronajaar was." Ook de drukkerij Drifosett uit Evere geeft toe dat sinds het begin van het jaar een aantal klanten uit de eventsector verloren is gegaan. "Sinds mei echter merken we wel een stevig herstel, alsof er een snelle inhaalbeweging aan de gang was. En omdat de activiteit in haast alle sectoren weer hervatte, is ook de behoefte aan communicatie op papier teruggekeerd. Op het ogenblik hebben we veel werk, maar er zijn duidelijk marktaandeelen verloren gegaan als gevolg van covid", zegt Jean Janssens, de gedelegeerd bestuurder van Drifosett. We weten dat de gezondheidscrisis de digitalisering versneld heeft en dat is ook zo in de communicatie. De verliezen van Drifosett zijn door dat fenomeen te verklaren: "Sommige klanten zijn op digitale

communicatie overgestapt en zullen niet meer naar papier terugkeren. Ik heb het dan over bedrijfskranten die niet meer gedrukt worden, maar in een digitaal formaat verschijnen. En als de werknemers niet op kantoor zijn, heeft het ook geen zin om drukwerk voor de bedrijven te maken", legt Jean Janssens uit. Er zijn ook drukkerijen waar de impact minder zwaar was, zoals Print.com, een jong B2B-bedrijf dat op het vlak van web-to-print actief is en dat volop groeit. Ook al heeft de gezondheidscrisis er haar sporen nagelaten: "Sinds het einde van de zomer is de vraag naar praktisch alle productcategorieën vrij sterk gestegen. We hebben bij onze klanten echter wel gemerkt dat er minder vraag is naar bepaalde producten, zoals offsetdruk op grote oplagen. Ook de vraag uit de eventsector hinkt nog achterop. Drukwerk in grote oplages gaat erop achteruit omdat er wegens het telewerk minder grootschalige communicatie op papier is", legt Bru-



manroland Benelux behoort tot de internationale groep manroland, een gerenommeerd persenfabrikant. manroland Benelux levert totaaloplossingen aan de grafische industrie in België, Nederland en Luxemburg binnen de domeinen prepress, veldendruk, afwerking, binderij en verzending.

Onze commerciële afdeling te Wemmel zoekt momenteel een dynamische m/v :

Commercieel Afgevaardigde

De functie:

Je adviseert kranten-, commerciële en verpakkingsdrukkerijen en biedt hen een oplossing op maat op het vlak van investeringsgoederen, drukrollen, rubberdoeken, inkt, additieven, platen, wasmiddelen,...

Je vertegenwoordigt daarbij de meest toonaangevende merken waaronder manroland, RMGT, Fujifilm, Trelleborg, Böttcher, J&S,... en bent verantwoordelijk voor het realiseren van de commerciële doelstellingen. Je benadert de markt pro-actief en genereert additionele en nieuwe business bij bestaande en nieuwe klanten.

Jouw profiel:

Naast je grafische opleiding en/of relevante ervaring als o.m. drukker of instructeur, ben je vooral een gedreven verkoper. Door je leergierigheid en je uitgesproken passie voor je actieterrein verwerf je snel een grondige markt- en productkennis en word je dé referentie voor je klanten. Je bent daadkrachtig, werkt resultaatgericht en streeft een langetermijnrelatie met je klanten na.

Ons aanbod:

- Een afwisselende functie met een grote mate van zelfstandigheid en verantwoordelijkheid.
- Een professionele en open organisatie en een fijn team collega's om mee samen te werken.
- Veel mogelijkheden om je persoonlijk en vaktechnisch te ontwikkelen.
- Uitstekende arbeidsvoorwaarden waaronder een bedrijfswagen.

Interesse

Overtuig ons van je talent en stuur je cv met motivatiebrief naar manroland Benelux, t.a.v. Paul Willems, Commercieel directeur, Koningin Astridlaan 61, B-1780 Wemmel of mail naar p.willems@manrolandbenelux.be

manroland
B E N E L U X

- manroland Benelux N.V.
- Koningin Astridlaan 61 ■ B 1780 Wemmel - België
- www.manrolandsheetfed.com/nl-BE



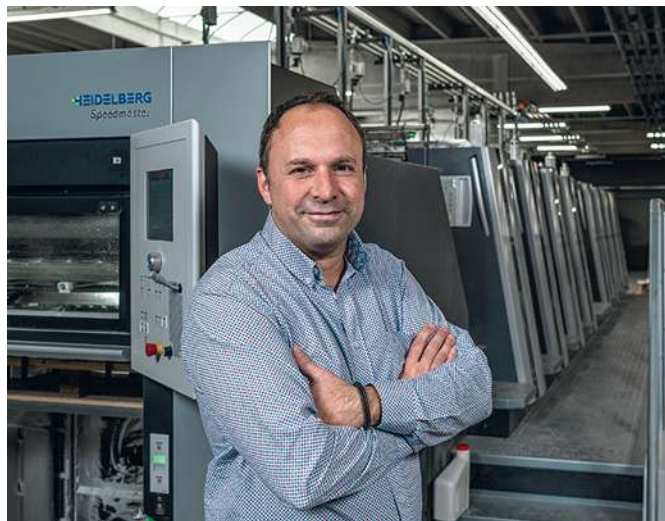
◀ **Beatrice Klose van Intergraf:** "Ik geloof dat de prijzen op een hoog niveau zullen stabiliseren en dat de opdrachtgevers zullen moeten volgen en een correcte prijs zullen moeten aanvaarden."

no Mossay uit, de manager van Print.com in België. Bij Onlineprinters ziet CEO Roland Keppler een vergelijkbare trend: "Covid heeft ons alert gemaakt. Maar we merken een sterke heropleving van onze markten en noteren nu grote aantallen bestellingen."

Beatrice Klose, de secretaris-generaal van de Europese federatie Intergraf, merkt op dat de gezondheidscrisis nog altijd een effect op de activiteit van de drukkers heeft. Ze verwijst naar de culturele en eventsector en naar drukkerijen die nog niet op hun volle capaciteit werken. Christophe Jablonski, de directeur van AZ Print in Grâce-Hollogne, bevestigt dat: "We hebben een stuk gerecupereerd, maar we staan nog niet op ons hoogste niveau. We benutten nu 90 procent van onze capaciteit." Bij de offset- en digitale drukkerij Snel is dat ongeveer 80 procent. Beatrice Klose maakt zich vandaag echter meer zorgen over de beschikbaarheid van papier dan over de economische impact van de gezondheidscrisis.

Op zoek naar papier

De zoektocht naar papier kunnen we niet onvermeld laten. Op het moment dat we dit schrijven, is het papiertekort heel reëel. Vooral offsetkwaliteiten zijn moeilijk te vinden en nu de opdrachten voor eind 2021 en begin 2022 binnenstromen, ondervinden heel wat drukkers problemen bij de levering van hun bestellingen of geraken ze nog maar moeilijk aan papier. Uiteraard zijn er drukkers die de bui zagen hangen en die tijdens het eerste semester hun voorraad voor het hele jaar aangevuld hebben. Dat neemt niet weg dat de bevoorradingsproblemen nu voor heel wat onrust zorgen. Roland Soubras van Snel: "We hebben dit jaar 50 procent meer papier opgeslagen dan gewoonlijk. Maar omdat we veel luxueus drukwerk vervaardigen, met speciale papiersoorten, kunnen we niet van alles een voorraad aanleggen. Het is een helse job om papier te vinden." Voor de papiercrisis een hoogtepunt bereikte, slaagden drukkers erin om bestellingen



Christophe Jablonski van AZ Print: "De moeilijkheid nu is niet om een goede prijs te krijgen, maar om gewoon maar papier vast te krijgen."

veilig te stellen door voorraden op te kopen of door de klant alternatieven voor te stellen: een ander gramgewicht, een ander formaat, een andere witheid. "De moeilijkheid nu is niet om een goede prijs te krijgen, maar om gewoon maar papier te krijgen", ervaart Christophe Jablonski van AZ Print. "We moeten nu bestelquota respecteren. Dat is ongezien. Daarom proberen we de distributiekanaal te diversifiëren. Wat echter betreurenswaardig is, is het verschil tussen drukkerijen. Sommige met een grote capaciteit kunnen zich direct bij de bron bevoorraden, af fabriek. Andere kunnen dat niet. Tussen concurrenten is dat niet erg loyaal en dat is in deze periode van tekorten nog sterker te voelen". Bij de offsetdrukkerij Bietlot zijn ze er ook niet gerust in: "We vinden niet voldoende papier om onze bestellingen voor december af te werken. We hebben wel een aantal ton papier geleverd gekregen, maar we hebben nog het dubbele daarvan te kort. Ik heb dus bestellingen moeten uitstellen of annuleren", geeft gedelegeerd bestuurder Eric

Guillaume toe. "Het is een ramp en het ergste is dat we geen vooruitzicht hebben. Voor februari 2022 is ons papier met een open prijs aangekondigd. Als we dus willen bestellen, kennen we niet eens de prijs. Wat moeten we onze klanten zeggen? We zijn volop in de periode waarin we met onze klanten over contracten onderhandelen, maar we zijn niet in staat om hen een prijs te geven. De grafische sector heeft het al verscheidene jaren moeilijk. Maar nu komt de sector echt in gevaar".

Net als de drukkers bewegen ook de leveranciers hemel en aarde om papier te vinden. Erik De Vos, de business director Benelux van Antalis, geeft duiding: "De medewerkers van Antalis leveren enorme inspanningen om in deze omstandigheden de beste dienstverlening te bieden. De aanvoerlijnen zijn bijzonder moeilijk te beheren, zoals in de meeste bedrijfstakken. We doen al het mogelijke om onze klanten te leveren. Waar we vandaag naar streven, is dat er papier beschikbaar is en dat er transportcapaciteit is om de klanten te leveren."



Roland Keppler van Onlineprinters: "Als gevolg van de verschillende prijsverhogingen hebben ook wij onze prijzen moeten verhogen. Toch zijn onze prijzen nog laag omdat we op grote schaal produceren en onze productiviteit hoog ligt."

Volgens De Vos is het tekort onder andere te wijten aan een piek in de vraag na de coronacrisis, terwijl de papierindustrie niet op volle capaciteit kan werken en er daarbij ook nog externe factoren spelen. "Omdat de vraag naar papier sinds jaren daalt, werden er fabrieken gesloten of omgebouwd om karton te produceren voor de groeiende verpakkingsmarkt. Nu, na covid, is er een piek in de vraag die niet voorzien was en die groter is dan de huidige productiecapaciteit. Dat heeft dus een impact op de beschikbaarheid van papier. Naast die piek was er ook een opeenstapeling van externe factoren die tot prijsverhogingen leidden. De brexit had een impact op de transportmarkt door de transportcapaciteit te verminderen. De prijs van een container is gestegen van 2.000 euro in 2020 tot ongeveer 15.000 à 18.000 euro dit jaar. De stijging van de energieprijzen en de moeilijke bevoorrading met grondstoffen zijn andere factoren", legt Erik De Vos uit. Beatrice Klose schuift een vergelijkbare analyse naar voren en voegt daar nog aan toe: "We-

gens covid was er in 2020 ook veel minder grafisch papier voor de recyclage. Aan karton geen gebrek wegens de e-commerce en de leveringen aan huis, maar met karton kan men geen hoogwaardig gerecycleerd papier maken. Heel wat bronnen van gerecycleerde vezels waren dus niet meer beschikbaar. Die steken nu wel weer de kop op, maar hoelang zal dat een effect op de papierprijs hebben? Dat weet ik niet. Dit jaar is er overigens weer meer vraag naar reclame dan in 2020. De bedrijven willen publiciteit voeren op papier, maar het papiertekort en de prijsstijgingen verhinderen dat. Dat is bijzonder frustrerend voor de sector." Voor Nicolas Verplancke van de digitale drukkerij Labelpages speelt de prijsverhoging niet in de kaart van het papier: "Dat zet de eindklanten er zeker niet toe aan om voor papier te kiezen wanneer ze de prijzen met die van een digitale mailingcampagne vergelijken. Ook al weten ze dat zo'n campagne minder doeltreffend is dan een campagne op papier." Om het onevenwicht tussen het aanbod en de



manroland Benelux behoort tot de internationale groep manroland, een gerenommeerd persenfabrikant. manroland Benelux levert totaaloplossingen aan de grafische industrie in België, Nederland en Luxemburg binnen de domeinen prepress, veldendruk, afwerking, binderij en verzending.

Onze technische afdeling te Wemmel zoekt momenteel een dynamische m/v :

Druk-instructeur

De functie:

Bij de installatie van persen manroland en RMGT begeleid je de klanten, je geeft instructie en fungeert als probleemoplosser. Je bent actief in de Benelux en ondersteund hierbij tevens de verkoopsgoederen.

Jouw profiel:

Naast je grafische opleiding en/of relevante ervaring als o.m. drukker of instructeur, ben je vooral probleemoplosser. Door je opleiding en ervaring zal je snel het aanspreekpunt worden van onze klanten.

Ons aanbod:

- Een afwisselende functie met een grote mate van zelfstandigheid en verantwoordelijkheid.
- Een professionele en open organisatie en een fijn team collega's om mee samen te werken.
- Veel mogelijkheden om je persoonlijk en vaktechnisch te ontwikkelen.
- Uitstekende arbeidsvoorwaarden waaronder een bedrijfswagen.

Interesse

Overtuig ons van je talent en stuur je cv met motivatiebrief naar manroland Benelux, t.a.v. Paul Willems, Commercieel directeur, Koningin Astridlaan 61, B-1780 Wemmel of mail naar p.willems@manrolandbenelux.be

manroland
B E N E L U X

- manroland Benelux N.V.
- Koningin Astridlaan 61 ■ B 1780 Wemmel - België
- www.manrolandsheetfed.com/nl-BE



Eric Guillaume van Bietlot: “Voor februari 2022 is ons papier met een open prijs aangekondigd. Als we dus willen bestellen, kennen we niet eens de prijs.”

vraag te verklaren, kunnen we ook nog wijzen op de transitie van plastic naar papier in het kader van de Europese Green Deal. Beatrice Klose: “Almaar meer bedrijven kiezen voor alternatieven in papier/karton. Dat zijn nieuwe klanten die op de markt komen en waar de sector in haar productieprognoses geen rekening mee gehouden had.”

Het papiertekort is ruimschoots aan bod gekomen in de media en dat heeft het begrip van de eindklanten voor deze situatie verhoogd. Eind oktober hebben Febelgra en Intergraf samen een open brief aan de leveranciers gepubliceerd en opgeroepen om meer transparantie over de prijsverhogingen en de weerslag van de energiekosten te bieden. Bijna een maand na de oproep moet Beatrice Klose toegeven dat ze bij de papierproducenten nog geen andere klok heeft horen luiden. “Wat belangrijk is, is dat we een open dialoog voeren en transparantie bieden om beter de oorzaak van de prijsstijgingen te begrijpen, en om te weten hoe ze de toekomst zien”, zegt de topvrouw.

Kans om papier te herwaarderen

Beatrice Klose: “Ik geloof dat de prijzen op een hoog niveau zullen stabiliseren en dat de opdrachtgevers zullen moeten volgen en een correcte prijs zullen moeten aanvaarden. Op een bepaalde manier kan dat een goede zaak voor de grafische industrie zijn omdat die almaar meer toegevoegde waarde biedt.” Erik De Vos is het met die visie eens en zegt verrast te zijn dat de discussies alleen maar rond de prijs draaien: “Er is aandacht voor de prijs, maar vandaag wordt alles duurder. Dat is structureel. Gedurende jaren hadden we te maken met een krimpende papiermarkt. Wegens die krimp was er een race naar de laagste prijs. Vandaag is een kans die we krijgen om de markt duidelijk te maken dat drukwerk een waarde heeft. Laten we die piek in de vraag als een positief signaal zien en als een kans om de waarde van onze sector en onze producten opnieuw in evenwicht te brengen. Voordien stonden de mensen niet stil bij papier, maar



◀ **Nicolas Verplancke van Labelpages:** “De prijsverhoging zet de eindklanten er zeker niet toe aan om voor papier te kiezen wanneer ze de vergelijking met een digitale versie maken.”

vandaag beseffen ze dat papier een waarde heeft. De kwaliteit, gegarandeerde leveringen en de beschikbaarheid behoren tot de factoren die het drukwerk zijn waarde verlenen. Op een bepaalde manier is het een kans om de toegevoegde waarde van drukwerk en van wat wij aanbieden, te tonen.”

Ondertussen knaagt de snelle prijsstijging van papier sterk aan de winstmarge van de drukkers. Roland Soubras heeft in 2021 de prijs van het papier met 30 procent zien stijgen. “Zo’n prijsverhoging voor drukwerk is moeilijk aan de klanten uit te leggen. Ze gaan dan bij de concurrentie kijken en stellen vast dat het daar niet anders is. Dat betekent een bijzonder zware belasting voor de verkoop en vertraagt alle stappen”, zegt hij. Nicolas Verplancke van Labelpages: “De prijsverhoging voor papier tast in grote mate de winstmarges aan, die wegens de niet altijd even loyale concurrentie al niet erg groot waren. De leveranciers vertellen ons wel dat er prijsverhogingen aankomen, maar we weten niet wanneer. En de stij-

ging kunnen we wegens de concurrentie niet zonder meer aan de klanten doorrekenen. Het gebrek aan perspectief voor 2022 is bijzonder vervelend. Omdat de papierprijs voortdurend blijft schommelen, is de termijn waarin offertes geldig blijven herleid tot drie dagen, in plaats van de normale 31 dagen.” Jean Janssens van Drifosett pleit ook voor een herwaardering van het drukwerk: “Omdat de crisis er nu eenmaal is en de volumes dalen, zijn we allemaal tot het uiterste gegaan om onze prijzen zo laag mogelijk te houden. Ik heb nog nooit een dergelijke aantasting van de winstmarges gezien, schrikwekkend gewoon. Het grote probleem is niet dat we geen werk hebben, maar dat we de prijsverhogingen maar moeilijk aan de klanten uitgelegd krijgen. Bovendien hebben we ook te kampen met prijsverhogingen voor andere grondstoffen. Een deel van die prijsverhogingen zullen we zelf voor onze rekening nemen, maar we zien ons ook verplicht om een deel aan de klanten door te rekenen. En dat kan het enthousiasme van som-



◀ **Roland Soubras van Snel:**
"De digitalisering is er snel op vooruit gegaan. Bepaalde types van drukwerk zijn verdwenen en zullen niet meer terugkomen."



Jean Janssens van Drifosett:
"Wegens het telewerk zijn er bedrijfskranten die niet meer gedrukt worden, maar in een digitaal formaat verschijnen."

mige klanten temperen." Overigens, niet alleen het papier - de belangrijkste grondstof van de drukkers - wordt duurder, maar ook de inkt, de vernissen, de offsetplaten, de energie, enzovoort. En straks volgen de loonkosten. Volgens Roland Soubras wordt ook 2022 een 'moeilijk' jaar.

En hoe zit het met de online drukkerijen die erom bekend staan de laagste prijzen aan te rekenen? Worden ze door de prijsverhogingen even zwaar getroffen als de traditionele drukkerijen? Hoe pakken zij de situatie aan? Verscheidene vertegenwoordigers van de web-to-print melden dat zij ook hun tarieven opgetrokken hebben. Bruno Mossay van Print.com: "We kunnen al die verhogingen niet op ons nemen. We rekenen ze zo weinig mogelijk door terwijl we tegelijk ook efficiënter proberen te produceren om de kosten te drukken dankzij de groeiende volumes. Dat maakt het mogelijk om de prijsverhogingen van de grondstoffen te compenseren." CEO Roland Keppler van Onlineprinters: "We doen

ons voordeel met stevige raamakkoorden en met een vertrouwensrelatie op lange termijn met onze leveranciers. Samengevat: we blijven een betrouwbare partner, zowel voor onze klanten als voor onze medewerkers. We kampen met dezelfde uitdagingen als de hele sector, maar omdat wij een constante bevoorradingsrelatie met papier hebben - die niet aan specifieke bestellingen gebonden is - kunnen we altijd klaar staan om te produceren. Als gevolg van de verschillende prijsverhogingen voor papier, energie en andere producten hebben ook wij onze prijzen moeten verhogen. Toch zijn onze prijzen nog laag omdat we op grote schaal produceren en onze productiviteit hoog ligt."

Positieve klanken

Hoewel het een moeilijk jaar was, waren er ook positieve ontwikkelingen en biedt de toekomst nog perspectieven. Beatrice Klose: "In deze situatie van tekorten merken we dat de uitgeverijen opnieuw in Europa willen drukken, veeleer dan in China. Maar er moet wel papier zijn. Bovendien

blijven verpakkingen, etiketten en boeken het goed doen in deze crisisperiode. Het doet goed om te weten dat de mensen blijven lezen. We geloofden een tijd dat het boek niet meer trendy was en dat het door mobiele toestellen vervangen werd, maar dat is niet het geval. In de toekomst zal het volume drukwerk nog verminderen, maar de waarde zal toenemen. Kleine oplagen worden geassocieerd met producten die sterker gepersonaliseerd worden en een grotere toegevoegde waarde hebben."

Ander positief nieuws uit de sector is dat de investeringen en overnames in 2021 zijn blijven doorgaan. We geven enkele voorbeelden. In Luxemburg heeft Exepro (Troisvierges) een digitale printer Xerox Iridesse en een lijmmachine voor verpakkingen aangekocht. Exepro is in de herfst van 2020 voortgekomen uit de fusie tussen de Belgische drukkerij D&P (Saint-Vith) en het Luxemburgse Exe. Labelpages (Doornik) van zijn kant heeft een digitale snijtafel JWEI aangekocht (voor de productie van etiket-

ten, zelfklevers, kleine reeksen vouwdozen) alsook een Duplo Docucutter (snijden, rillen en perforeren). Volgens plan worden de machines in januari 2022 geïnstalleerd. Begin 2021 heeft de offsetdrukkerij AZ Print uit Grâce-Hollogne een aanpalend gebouw gekocht zodat het bedrijf nu over 2000 vierkante meter extra beschikt. Dat stelde AZ Print in staat om voldoende papier voor het hele jaar op te slaan. In Evere heeft Drifosett de naburige digitale drukkerij Gillis overgekocht waar negen mensen aan de slag zijn. "Daardoor kunnen we in digitale druk diversifiëren, met onder andere panelen op groot formaat." De online drukkerij Print.com blijft op zoek naar medewerkers, zowel voor de web-to-print-toepassingen waarvoor meer dan honderd mensen aan de slag zijn, als voor de administratie. Er is echter een 'maar': de mogelijke kandidaten lopen niet dik gezaaid. De productie van drukwerk werd in het Nederlandse Oss gecentraliseerd en het productaanbod breidt zich uit naar textiel, promotiemateriaal en verpakkingen. ■