

Grafische Groep Matthys, pionier van koudfoliedruk in offset

Aurelia Ricciardi |

De Belgische Grafische Groep Matthys, die al drie generaties in handen is van de gelijknamige familie, is een pionier in koudfoliedruk op offsetpersen. In 2008 maakte de conventionele drukker van die veredelings techniek zijn kernactiviteit om de achteruitgang van de offsetdruk te compenseren. Sindsdien is het Turnhoutse bedrijf een belangrijke speler geworden in de verdeling van luxe verpakkingen en drukwerk. De export is goed voor de helft van de bedrijfsomzet.



Verpakkingen, een van de speerpunten in het productenaanbod van Grafische Groep Matthys.

“**A**typisch”, zo omschrijft algemeen directeur Vincent Servais het familiebedrijf Grafische Groep Matthys uit Turnhout. “Ons product is atypisch en onze manier van werken is atypisch”, zegt hij. Het familiebedrijf is een nichespeler in de grafische sector met koudfoliedruk als specialiteit (een verdelings techniek die o.a. metaalef-

fecten mogelijk maakt). In 2008 beslist het bedrijf om zich op die verdelings techniek toe te leggen. Op dat moment nemen de broers Davy, Pascal, Erik en Filip Matthys de teugels van het bedrijf in handen. In 2016 zorgt Grafische Groep Matthys voor een wereldpremière op Drupa. De onderneming investeert in een Vinfoil Optima, de eerste eenheid voor

koudfoliedruk in lijn. Die eenheid, een Nederlands ontwerp, werd geïnstalleerd op een nieuwe vellenoffsetpers Rapida 106 van Koenig & Bauer (zes kleuren op het formaat 70 x 100). Die pers werd vorig jaar vervangen door een nieuwe Rapida 106. Dit procedé maakt het mogelijk om in

één enkele doorgang vier kleuren te drukken en koudfoliefilms aan te brengen - en dat met een zeer goede weergave van alle details. De integratie van de koudfolie-eenheid in een offsetpers werd op dat moment beschouwd als een innoverende manier om het folie- of filmverbruik te verminderen. Het aanbrengen van dergelijke films leidde immers tot heel wat verspilling. Door zich in de koudfoliedruk te specialiseren, kon Grafische Groep Matthys een plek veroveren in het groeisegment van de luxe verpakkingen, waar prestigieuze Franse merken graag gebruik van maken.

Vijftig procent export

Ook atypisch voor een Belgische drukkerij is het grote aandeel van de uitvoer in de productie:



Vincent Servais, de algemeen directeur van Grafische Groep Matthys, bij de nieuwe pers van Koenig & Bauer.

de helft van de omzet wordt in Nederland en Frankrijk gerealiseerd. De eindklanten die een beroep doen op de knowhow van Grafische Groep Matthys, zijn hoofdzakelijk in de verpakingssector en de uitgeverwereld actief. De grote luxemerken uit de cosmetica- en autosectoren laten hun drukwerk opvallen met koudfoliedruk, net als uitgevers van boeken, tijdschriften en wenskaarten. “Het boek heeft het tijdens de coronacrisis bijzonder goed gedaan en in Frankrijk was er veel vraag naar omslagen die met koudfoliedruk veredeld werden. Die techniek wordt bijzonder gewaardeerd om boeken in de rekken te doen opvallen of om het boek een subtiele artistieke toets te bezorgen. Soms produceren we ook POS-materiaal of direct mail-producten, maar dat blijft beperkt”, zegt Vincent Servais. Grafische Groep Matthys werkt niet direct met de merken of de uitgevers, maar met dienstverleners zoals afwerkers, kartonnagebedrijven en drukkers. Het gevolg daarvan is dat de koudfoliedrukspecialist uiteindelijk niet zo bekend is bij de eindklanten. Om de vraag te stimuleren en om meer naambekendheid te verwerven, werkt Grafische Groep Matthys met staaltjes om potentiële klanten te inspireren. In die context werd onlangs een nieuw YouTube-kanaal gecreëerd om de verschillende mogelijkheden van de koudfoliedruk in de verf te zetten.

Eén productievestiging

Zowel de Franse als de Nederlandse markt worden vanuit de productievestiging in Turnhout bediend. Sinds Grafische Groep Matthys in 2016 het eerste Vin-

foil-systeem installeerde, hebben nog andere spelers dezelfde stap gezet. Te beginnen met de verpakkingsdrukker TPG Packaging die in 2018 de eerste Vinfoil Optima van Koenig & Bauer in Frankrijk installeerde. Recenter heeft ook de Belgische groep Van Genechten Packaging in koudfoliedruk geïnvesteerd door de module Vinfoil in zijn Franse site van Angoulême te introduceren. De koudfoliedrukmodule die sinds april operationeel is, werd in een pers van Heidelberg



Koudfoliedruk wordt hoofdzakelijk gebruikt voor verpakkingen, etiketten, boeken en wenskaarten.



geïntegreerd om vanuit de site in Angoulême met koudfoliedruk veredelde producten te kunnen aanbieden. De Franse vestiging van Van Genechten Packaging heeft zich gespecialiseerd in de productie van hoogwaardige luxeverpakkingen, onder andere voor likeuren. “Dit nieuwe procédé is perfect in lijn met ons aanbod warmstempelen, metalliseren of drukken met metaalinkten”, stelt Jérôme Cahu, de plant manager van Van Genechten Angoulême.

Dat betekent dat Matthys sinds kort niet meer de enige speler op het vlak van koudfoliedruk voor hoogwaardige verpakkingen is. Volgens Vincent Servais is die nieuwe investering echter een mogelijkheid om de technologie beter bekend te maken, veeleer dan een toename van de concurrentie. “Het gaat hier om marktaandeelen die nooit naar ons gekomen zouden zijn. Overigens hoe meer dienstverleners koudfoliedruk aanbieden, hoe eenvoudiger het wordt om er over te commu-

de voorkeur aan om de productie en de commerciële afdeling in één vestiging te bundelen, in Turnhout. “Het gaat om een moeilijk te promoten product. We verkiezen om alles vanuit België te doen - wat eventueel een handicap kan zijn - veeleer dan om dicht bij de klanten te zijn want dat zou ten koste gaan van de productie. We zijn er immers van overtuigd dat we directe banden nodig hebben met het atelier om het product goed te verkopen”, duidt Vincent Servais.

De codes kennen

Is het als buurland gemakkelijker om zaken in Frankrijk te doen? “Er is een redelijk goed onderling begrip omdat de afstand relatief klein is en de marktstructuur zo goed als identiek is. En als Belgisch bedrijf doen we ook ons voordeel omdat we bij de Fransen de naam hebben en ernstig en nauwgezet te zijn”, vertelt Vincent Servais. Voor een dienstverlener in de sector van de luxeverpakkingen, is het echter van groot belang om de codes van de luxesector te kennen om bij potentiële klanten geloofwaardig over te komen. “Leveranciers van kartonnen verpakkingen hebben een bepaalde bagage op dat domein en ook hun eigen werkwijzen.” En als advies voor grafische ondernemers met ambities om te groeien, suggereert Vincent Servais: “Vooraf klein beginnen en niet overhaasten. Heeft mijn product wel zin op de Franse markt? Wat kan ik bijbrengen? Wat kan ik voor mijn gesprekspartner betekenen op het vlak van productkennis, dienstverlening, prijzen, enzovoort?” ■