

Roularta Printing haalt drukorder binnen voor FT-magazines



Steven Renders, algemeen directeur van Roularta Printing.

Roularta heeft een partnership met *The Financial Times* (FT) gesloten om de EMEA-magazines te drukken. Het gaat om *How To Spend It*, *Art of Fashion*, *Business Education* en *FT Wealth*. “Aan de keuze voor Roularta Printing als strategische partner liggen verschillende overwegingen ten grondslag, waaronder een sterke nadruk op duurzaamheid, de voortdurende investeringen in baanbrekende technologieën en de ongeëvenaarde kwaliteitsnormen die Roularta altijd hanteert. Daarnaast speelt hun langetermijnvisie een cruciale rol op een snel consoliderende markt”, stelt Janet White, global director Print bij *The Financial Times*. “Wij zijn vereerd dat

FT ons heeft gekozen als haar betrouwbare partner voor het drukken van haar magazines voor de EMEA-regio”, zegt Steven Renders, algemeen directeur van Roularta Printing. “Deze samenwerking benadrukt onze niet-aflattende toewijding aan uitmuntendheid en ons aanhoudend streven om ongeëvenaarde kwaliteit te bieden bij al onze projecten. Ook onze continue aandacht voor duurzaamheid vormde een sleutelement in de beslissing van FT. Zo investeerden we dit jaar 4,5 miljoen euro in de vervanging van onze ovens door energie-efficiënte alternatieven. Wij kijken uit naar een langdurig en vruchtbaar partnerschap.”

INNI Group innoveert met ‘De Groene Druivelaar’

De familiale INNI Group, gevestigd in het West-Vlaamse Heule, innoveert met de iconische scheurkalender *De Druivelaar*. Om een jonger publiek aan te trekken lanceert de groep *De Groene Druivelaar*, een dagkalender met praktische tips rond tuinieren, gezonde voeding en andere groene thema's. “*De Groene Druivelaar* is meer dan een vernieuwde versie van onze iconische scheurkalender *De Druivelaar*”, zegt Steven Vandevoorde, de sales en marketing director van INNI Group. “Terwijl we de historische charme en de humor van het origineel behouden, richten we ons met dit nieuwe product op hippe thema's en bieden we een praktische gids voor een duurzamere levensstijl.” *De Druivelaar* werd voor het eerst uitgegeven in 1915. Tegenwoordig haalt de bekende scheurkalender nog een oplage van 500.000 exemplaren. Van *De Groene Druivelaar* worden in eerste instantie 30.000 exemplaren in de markt gezet. Inhoudelijk focust de nieuwe scheurkalender op onderwerpen als (moes)tuinieren, gezonde voeding, kamerplanten, dieren, enzovoort. “Door deze groene thema's te combineren met frisse humor en fascinerende weetjes, brengen we een scheurkalender op een moderne, relevante manier naar de Vlaamse - en nu voor het eerst ook de Nederlandse - huishoudens en slaan we de brug tussen jong en oud”, duidt Vandevoorde. De lancering van *De Groene Druivelaar* is het resultaat van een innovatieproject binnen INNI Group. Honderd ideeën rond productinnovatie moeten uitmonden in twintig concrete projecten. “Tussen 2025 en 2030 willen we vijf succesvolle cases kunnen presenteren”, zegt Steven Vandevoorde. *De Groene Druivelaar* is helemaal in eigen huis ontwikkeld. De kick-off was een intense hackaton



Van ‘De Groene Druivelaar’ worden in eerste instantie 30.000 exemplaren in de markt gezet.

waar het nieuwe product vorm kreeg. De papieren scheurkalender heeft ook een digitaal luik. “Dankzij de integratie van QR-codes worden gebruikers elke maand naar aanvullende online informatie geleid, waar niet alleen nieuwe thema's worden gebracht, maar ook andere interacties in de toekomst mogelijk worden”, legt Vandevoorde uit. Het eerste exemplaar van *De Groene Druivelaar* werd overhandigd aan Axel Ronse, schepen van Cultuur van de stad Kortrijk. Ronse kreeg een gepersonaliseerd exemplaar. Via de vernieuwde webshop van INNI Group kunnen klanten een gepersonaliseerde versie van de scheurkalender samenstellen en bestellen. De gepersonaliseerde pagina's worden gedrukt op de nieuwe Canon VarioPrint iX 3200 inkjetpers.