

‘Als drukwerk niet meer loont, ga je auto’s printen’

■ KURT DE CAT ■

Voor de negende editie van Het Congres van VIGC zakten zo’n 200 deelnemers af naar congrescentrum Lamot in Mechelen. De congresgangers kregen een ambitieus programma voorgeschoteld met prikkelende sprekers uit binnen- en buitenland afgewisseld met meer down-to-earth debatten met lokale ondernemers over prangende kwesties zoals automatisering, productiviteit, creativiteit en productinnovatie. Een impressie.



Ann Wauters benadrukte het belang van een flexibele mindset. “Elk probleem kan je langs twee kanten bekijken.”

Jos Steutelings, de managing director van VIGC, trapte de negende editie van *Het Congres* af met de boodschap dat 2024 een dubbel feestjaar wordt voor het innovatiecentrum. VIGC bestaat volgend jaar 25 jaar en *Het Congres* zal dan voor de tiende keer plaatsvinden (op 24 oktober 2024 in Lamot te Mechelen). Dat belooft. Ook de VIGC-studiereis zal in 2024 grensverleggend zijn, belooft Steutelings. Europa wordt stilaan te klein voor het Vlaams Innovatiecentrum voor Grafische Communicatie. Internationale ambitie was ook een van de kernwoorden van de motiverende speech van basketbalgrootheid **Ann Wauters** in Mechelen. Volgens Wauters hebben sport en de grafische sector veel gemeen. Als topbasketter heeft Ann Wauters in haar internationale carrière veel gewonnen, maar ook finales verloren. “Daar leer je uit, wat kan beter?”, moeten we ons afvragen. Veerkracht is volgens Wauters een vaardigheid die je kan aanleren. “Niet zoals talent, dat is aangeboren.” De ex-Belgian Cat, die nu aan de slag is als assistent-basketbalcoach bij Chicago Sky WNBA, benadrukte in haar uiteenzetting ook het belang van op zoek te gaan naar marginale winsten. “Als je elke dag één procent verbetert en je houdt dat een jaar vol, dan groei je exponentieel.”

BUY & BUILD STRATEGIE

Ook de tweede spreker, **Kristiaan De Beukelaer**, de CFO van Mediahuis, bracht een succesverhaal ter berde op het podium van *Het Congres* in Mechelen: ‘Van regionale uitgever tot Europese mediagroep.’ De Beukelaer keek terug op tien jaar consolidatiebe-

wegingen in de krantenwereld en vooruit naar het komende decennium. Een tijdperk met meer diversiteit, impact van de klimaatverandering, technologische uitdagingen (AI, AR), enzovoort. In 2014 richtten Corelio (*De Standaard*, *Het Nieuwsblad/De Gentenaar*) en Concentra (*Gazet van Antwerpen*, *Het Belang van Limburg*) samen Mediahuis op. Het was de start van een Europese buy & build strategie. Welke lessen heeft Kristiaan De Beukelaer in dat decennium geleerd? (1) “Krachtenbundeling is de basis om in de mediawereld succesvol te zijn. (2) De transformatie naar digitale business is al twintig jaar bezig. En (3) geloven in onafhankelijke journalistiek.” Mediahuis heeft 2500 journalisten in dienst. Vandaag is de groep actief in zes landen, goed voor een geconsolideerde omzet van 1,22 miljard euro in 2022 en een operationeel resultaat van 155,7 miljoen euro. De kracht van Mediahuis zit volgens De Beukelaer in de combinatie van lokale relevantie en een grote groep. “Schaal heb je nodig om te investeren in technologie. We concurreren met internationale technologieplatformen.” Eind oktober maakte het Britse persagentschap Reuters bekend dat Mediahuis geïnteresseerd is in de overname van Telegraph Media Group, de Britse groep die onder meer de krant *The Telegraph* uitgeeft.



Kristiaan De Beukelaer, de CFO van Mediahuis: “Data is onze grondstof”.

DIGITALISERING EN AUTOMATISATIE

In een eerste debat met lokale spelers werd het thema ‘automatisering en productiviteit’ aangesneden door **Laura Goedertier**, de CEO van Cartim, **Thijs Jonckheere**, de COO van Buromac/Tadaaz, **Eric Bongaerts**, de CEO van Moderna en **Filip Peeters**, senior spe-

cialist Digitaal Prepress bij Solidus. Voor Thijs Jonckheere van Tadaaz uit Brugge was het inzetten op een digitaal aanbod tien jaar geleden “een kwestie van overleven”. Vandaag staat de webshop op de kaart en wint Tadaaz de ‘Webshop of the Year’-award van FeWeb. In verpakkingsbedrijf Solidus (met een vestiging in Hoogstraten) wordt er hard gewerkt aan automatisering (om *lean* en veilig te werken) en kan er op het vlak van digitalisering van de processen nog veel gebeuren. Bij Solidus zien ze dat hun verpakkingsoplossingen meer en meer verschuiven van pure transportverpakking

naar retailverpakking. Eric Bongaerts van drukkerij Moderna in Paal vertelde dat hij een twintigtal robots heeft geïnstalleerd in zijn bedrijf. “Dat zorgt voor een besparing op personeelskosten en een daling van de foutenlast met ongeveer 80 procent.” Timing en efficiëntie zijn cruciaal voor de rotatiedrukker. “De meeste producties moeten binnen de 24 uur klaar zijn. Sommige magazines binnen twaalf uur. Daar hebben we het machinepark voor”, zegt Bongaerts. Laura Goedertier van Cartim in Gent benadrukte het feit dat mensen schaars zijn tegenwoordig. “Dankzij de digitalisering kunnen



(vlnr.) Thijs Jonckheere, de COO van Buromac/Tadaaz en Eric Bongaerts, de CEO van Moderna.



Filip Peeters van Solidus in gesprek met Mieke Loncke, de moderator.

Belgische printbedrijven groeien met MultiPress

DATALINE



Dataline is al 25 jaar een trouwe partner van de beste printbedrijven van ons land. En we gaan niets uit de weg. Van offerte tot levering en alles daartussen: **MultiPress ERP/MIS verbindt het allemaal in één centraal systeem dat meegroeit met één printbedrijf.**

Deze klanten kunnen zich hun print business niet meer voorstellen zonder MultiPress !

Wil je weten waarom? Bekijk en lees hun MultiPress verhaal op onze website!

MULTIPRESS
ERP/MIS voor printmedia bedrijven

MultiPress.biz/gn23-klanten

medewerkers meer waardevolle taken doen.” Naar de toekomst toe verwacht Goedertier van de producenten van afwerkingsmachines meer connectiviteit. “Als we een platform willen bouwen dat van a tot z geconnecteerd is, hebben we meer input nodig van alle machines in onze productie.”



(vlnr:) Laura Goedertier, de CEO van Cartim en Thijs Jonckheere (Buromac/Tadaaz).

GEEN GRIJZE MUIZEN

Louis De Nolf, de CEO van communicatiebureau Duomedia, gaf in zijn uiteenzetting verschillende mogelijkheden van hoe u zich succesvol kan profileren als expert. De Nolf ziet tal van opportuniteiten voor ‘thought leadership’: op events, in de (sociale) media, via de eigen kanalen (met blogs, artikels, newsletters...), in salesmeetings, webinars, whitepapers, enzovoort. “Het moet gaan om informatie die niet zomaar op Google te vinden is.” Louis De Nolf gaf het publiek de raad om na te gaan wie deze rol het best kan opnemen binnen uw bedrijf. “Kies niet standaard voor de CEO, want dat kan een nadeel zijn. De CEO moet in de communicatie al rekening houden met heel veel elementen en stakeholders zoals het personeel, de raad van bestuur, partners. Hij of zij mag niet bruuskeren. En als je met zoveel nuances moet rekening houden, dan loop je het risico dat je communiceert als een grijze muis.” De standpunten van de expert moeten opvallen, teasen en het verschil maken. De Nolf gelooft niet in ChatGPT als contentcreator. “Dat is een garantie om te communiceren als een grijze muis, je content zal niet opvallen.”



Louis De Nolf (Duomedia): “Als je met zoveel nuances moet rekening houden, dan loop je het risico dat je communiceert als een grijze muis.”

INNOVEREN IS INVESTEREN

Na de pauze interviewde de moderator **Tom van Uffelen** en **Marnix Van de Cauter** van Universitas Digital Printing. “Wat ons bindt is onze knaldrang”, stelt Marnix Van de Cauter. Hij werkt als CEO van het printbedrijf ongeveer 2,5 jaar samen met Tom van Uffelen, de zaakvoerder van Universitas. “Innoveren is investeren”, zegt van Uffelen. “Ook investeren in mensen, in opleidingen. Elke investering moet lonen, dat is economie. We investeren in procesoptimalisatie, we doen geen muisclick teveel. Computers vinden het niet erg om saaie dingen te doen, zo maak je tijd vrij voor toegevoegde waarde.” Tom van Uffelen omschrijft zijn printbedrijf als een ‘IT-boîte’. “Op het einde van het proces komt er een geprint product uit.” Marnix Van de Cauter gelooft in papier als drager van kennisoverdracht in de educatieve sector, ook al worden de oplages kleiner en is de markt volop aan het consolideren.



(vlnr:) Tom van Uffelen en Marnix Van de Cauter van Universitas Digital Printing.

OUT-OF-THE BOX?

In een tweede debat gingen **Guy Lauwers**, de CEO van DIOSS, **Luc Dierickx**, senior accountmanager bij Autajon Labels, **Cris Tiebackx**, zaakvoerder van Moizo-Livibel en **Jeannot Vereecken**, projectleider van Van De Velde Packaging, in gesprek over het belang van creativiteit en productinnovatie in de branche. Guy Lauwers, tevens voorzitter van VIGC, breekt een lans om niet alleen out-of-the-box te denken. “Er is ook nood aan inside-the-box. Innovatie moet passen in de bedrijfsstrategie. Hou rekening met de beperking, ik denk aan de wetgeving en de beschikbare resources.” Luc Dierickx herkent het spanningsveld waar Lauwers over spreekt. “Er is altijd een spanning tussen de creatieve vragen van klanten en wat de productie kan leveren. Dat is een spel tussen twee werelden. Innovatie zit heel vaak in de combinatie van verschillende technieken.” Dierickx verwijst naar de Vertigo-labels die vorig jaar de ‘Empack Innovation Award’ wonnen. De labels voor de ginflessen zijn met verschillende druktechnieken geproduceerd, flexo en digitale druk, en vormen een complementair en origineel geheel. Cris Tiebackx, die onder andere ontwerpt voor projecten in de zorgsector, houdt een warm pleidooi om ontwerpers hun ding te laten doen. “Uiteraard moet een wand voor in een woonzorgcentrum voldoen aan allerlei normen zoals bijvoorbeeld brandveiligheid. Alle ontwerpen worden systematisch getest en zo gaan we stap per stap verder in een project. Vakmanschap mag niet verloren gaan.” Jeannot Ver-

eecken van Van De Velde Packaging ziet de creativiteit van de productontwikkelaars die verpakkingen ontwerpen als een belangrijke manier om zich als internationaal bedrijf te onderscheiden van de concurrentie. Het kunnen vermarkten van de innovaties is voor Guy Lauwers cruciaal. "Innovatie heeft geen bestaansrecht als het niets te maken heeft met klanten. Het begint met een goed idee, maar dat is slechts het begin."

aan robots die het werk doen in magazijnen. Of digitale honden die cocaïne kunnen opsporen in een container. Van Hooijdonk ziet wel iets in de combinatie van Additive Manufacturing en zelfrijdende wagens. "Als drukwerk niet meer loont, ga je auto's printen", gooit hij in de groep. "We moeten tango dansen met technologie", geeft de trendwatcher mee. Hij geeft het voorbeeld van verpakkingen die gaan leven met behulp van een AR-laag (Augmented Reality).



Yorgos fotografie

Cris Tiebackx, zaakvoerder van Moizo-Livibel: "Laat de ontwerpers maar doen, vakmanschap mag niet verloren gaan."



Yorgos fotografie

Jeannot Vereecken, projectleider van Van De Velde Packaging.



Yorgos fotografie

Luc Dierickx, senior accountmanager bij Autajon Labels.



Yorgos fotografie

(vlnr:) Mieke Loncke en Guy Lauwers, de CEO van DIOSS. "Innovatie heeft geen bestaansrecht als het niets te maken heeft met klanten."

DIGITALE TOETERS EN BELLEN

Het slotwoord van *Het Congres* was voor trendwatcher, futurist en internationaal spreker **Richard van Hooijdonk** die het aanwezige publiek probeerde wakker te schudden met prikkelende en provocerende stellingen. "Wat als een algoritme veel beter verpakkingen kan ontwikkelen dan mensen?", vraagt hij zich af. Zijn we daar klaar voor? Het hoe en waarom van automatisering is duidelijk. "Herhaalbare en voorspelbare taken gaan we niet meer zelf doen." Denk

"Zo kunnen consumenten interageren met merken, verpakkingen worden verhalen", voorspelt Richard van Hooijdonk. En drukkers zullen die digitale toeters en bellen moeten ontwikkelen want de toekomst van drukwerk gaat volgens de futurist over data. Hij ziet het 'ecosysteem' als de organisatievorm van de toekomst. In zo'n ecosysteem kunnen bedrijven internationaal samenwerken met start-ups, academici en labo's. Want alleen zal het niet lukken. ■



Yorgos fotografie

Trendwatcher en futurist Richard van Hooijdonk probeerde het congrespubliek wakker te schudden met prikkelende en provocerende stellingen.