

**Apex en VIV tillen flexo naar een hoger niveau
VIV mikt met 'Smart Digital Flexo' op
flexibele verpakkingen in kleinere oplages**

Digitaal drukken op een flexo pers zal voor veel mensen als een onwaarschijnlijke combinatie klinken. Toch werkt Weinand van Kesteren al ruim een jaar aan het perfectioneren van zijn 'Smart Digital Flexo' concept. En hij is ervan overtuigd dat hij er met zijn bedrijf VIV de markt voor flexibele verpakkingen in (zeer) kleine oplages mee zal kunnen veroveren: 'Wij doen dingen graag net even anders hier.'

VIV in Veenendaal is een familiebedrijf dat in 1953 van start ging als een groothandel in verpakkingsmaterialen. De naam is een afkorting voor Verpakkingsindustrie Veenendaal. Het bedrijf heeft altijd een goed oog gehad voor nieuwe trends en speelt snel op kansen in. Toen Weinand van Kesteren en zijn broer Herman in de jaren '80 bij het bedrijf kwamen werken en vervolgens ook het roer van hun vader overnamen, zagen ze hoe polypropyleen snel aan populariteit won als verpakkingsmateriaal. "We besloten onze activiteiten uit te breiden richting flexo drukken en slaagden er op die manier in om uit te groeien tot de Europese nummer een in bedrukte bloemenfolie."



Foto: Weinand van Kesteren, directeur van VIV, bij de 10-kleuren Comexi F2 Flexo pers die volledig op het Smart Digital Flexo concept is afgestemd

Aan een nieuwe toekomst bouwen

Sindsdien vormen flexo persen het hart van VIV: vorig jaar nog installeerde het bedrijf een nieuwe 10-kleuren Comexi pers als aanvulling op de bestaande Comexi persen. Maar de markt veranderde de afgelopen jaren flink – en Weinand van Kesteren paste de koers daar direct op aan: "In 2006 werd het mij duidelijk dat de markt voor bloemenfolie voor een ingrijpende transformatie stond: het aantal bloemenzaken zou dalen en steeds meer bloemen gaan door supermarkten worden verkocht. Tegelijkertijd zagen we een trend de kop opsteken, waarbij de vraag naar onze kleurrijke folies verschoof naar de 'eco-look'. Daardoor stonden we steeds vaker nog maar in een kleur te drukken of leverden we zelfs onbedrukte folie, en liepen onze marges flink terug. En toen sloeg ook de financiële crisis nog eens toe. Het was dus hoogste tijd om aan een nieuwe toekomst te gaan bouwen."

Voorsprong nemen

Van Kesteren ziet in flexibele voedselverpakkingen goede toekomstmogelijkheden: "Maar om die markt te kunnen bedienen moesten we wel ons complete machinepark vervangen." Hij doet zijn reputatie als 'eigenzinnige ondernemer' eer aan en kiest, tegen de heersende trend van investeringen in 60 cm brede smalbaan flexo persen, voor de installatie van een 120 cm brede flexo pers: "Voor mij is het heel eenvoudig: op een smalbaan pers kun je geen 120 cm breed drukken,

maar je kunt wel 60 cm drukken op een 120 cm brede pers. Door slim gebruik te maken van die breedte, bijvoorbeeld door verschillende verpakkingen op een baan te combineren, kun je voorsprong nemen op je concurrenten.”

Na een eerste 8-kleuren Comexi pers in 2008 volgt een 10-kleuren Comexi pers in 2010. En als VIV dan weer de opgaande lijn te pakken krijgt – “Omschakelen naar een nieuwe markt vraagt erg veel van je medewerkers, je verkoopteam en je organisatie” – grijpt Van Kesteren zijn kans om de zaken naar een volgende niveau te brengen.

Digitaal drukken versus flexo drukken

“Het lijkt wel of iedereen het tegenwoordig heeft over ‘digitaal drukken’ en kleine oplages. Om eens te zien waar die hype nu helemaal over gaat, besloten we naar Drupa 2016 te gaan om uit te vinden waar een zekere fabrikant van digitale persen toe in staat was met flexibele verpakkingen. En, jazeker, we waren onder de indruk: nog geen tien minuten nadat we op de beursstand arriveerden met onze bestanden, rolden onze verpakkingen al ter plekke van die persen!” Maar na flink wat serieus rekenwerk bleken de cijfers toch wat minder indrukwekkend: “Als je, zoals wij, de repro en het platen maken in eigen huis doet, dan daalt het omslagpunt tussen digitaal drukken en flexo drukken naar nog maar zo’n 2.600 drukmeters per order. Maar een kleine oplage is bij ons nu gemiddeld zo’n 10.000 meter. Dat is voor zo’n digitale pers, met een productiesnelheid van 20 meter per minuut, dus nog altijd een enorme klus – terwijl wij in flexo een snelheid halen van 600 meter per minuut. Er is voor ons dus weinig reden om te beginnen aan digitaal drukken, hoe sexy iedereen het ook schijnt te vinden. Wij blijven geloven in flexo.”

Fixed Palette drukken

Toch had het bezoek aan Drupa wel degelijk effect. Niet alleen bestelde VIV er een tweede 10-kleuren Comexi flexo pers, maar Van Kesteren werd er ook aan het denken gezet over iets anders dat zijn aandacht trok: “Ik vond het drukken met zeven kleuren op die digitale persen wel heel interessant. En ik wist ook dat er zo’n ‘Fixed Palette’ druksysteem werd ontwikkeld door een groep leveranciers in de flexo industrie – waaronder ook Apex – voor toepassing in de label industrie. Dus ik besloot zelf met dat idee aan de slag te gaan en een manier te vinden om het op onze nieuwe pers toe te passen.” Hij bedacht er ook direct een naam voor: ‘Smart Digital Flexo’. “Ons complete productieproces is immers al helemaal digitaal, tot aan het moment dat de inkt op het substraat wordt overgedragen.”



Foto: Weinand van Kesteren en Jan Bijl (Apex account manager voor VIV) met een GTT raster sleeve, een onmisbaar element bij het bereiken van de voor het Smart Digital Flexo-concept noodzakelijke consistente inktoverdracht.



Smart Digital Flexo

Door gebruik te maken van een standaard inktserie in zeven kleuren (CMYK plus oranje, groen en violet) is Smart Digital Flexo (SDF) in staat zo'n 90 procent van alle Pantone kleuren te emuleren. Op die manier hoeft VIV dus geen inkten te mengen om speciale kleuren te kunnen drukken. Dat bespaart niet alleen tijd, kosten en materiaal, maar maakt het ook mogelijk om verschillende opdrachten slim te combineren binnen een drukorder: "Zo streven we ernaar onze klanten snellere levertijden te bieden tegen scherpere prijzen."

VIV heeft flink moeten investeren in de ontwikkeling van SDF, legt Van Kesteren uit: "We hebben vrijwel alles zelf moeten uitvinden. Er zijn heel veel testdrukken en eindeloos veel metingen nodig om alle elementen exact op elkaar af te stemmen: de prepress-instellingen, de temperatuur, de inkten, de snelheid. Ook rasterwalsen spelen een cruciale rol in het proces: een consistente en voorspelbare inktoverdracht is een absolute voorwaarde om SDF goed te laten functioneren. Op dit gebied heeft Apex International ons met haar speciale laser-gegraveerde GTT walsen geweldig geholpen om tot het gewenste resultaat te komen."

Nieuwe kansen en mogelijkheden

VIV is inmiddels begonnen SDF in de praktijk toe te passen en de eerste resultaten zijn veelbelovend. Het is nu belangrijk, zegt Van Kesteren, dat we nog meer klanten overtuigen van de mogelijkheden van SDF. "Ze moeten er op vertrouwen dat we onze beloftes waarmaken. Het eindresultaat zal altijd volledig moeten voldoen aan de verwachtingen." Het liefst zou Van Kesteren in de toekomst zien dat alle persen bij VIV alleen nog maar SDF-orders produceren. 'Natuurlijk zullen er altijd mensen zijn die de nadruk leggen op de 10 procent van de Pantone-kleuren die met Fixed Palette drukken nog niet haalbaar zijn. Wij concentreren ons liever op de 90 procent die wel binnen ons bereik liggen – en die we ook nog eens veel efficiënter kunnen produceren. We kunnen nu vijftien orders op een dag op deze ene pers drukken, in plaats van voorheen maar vijf. SDF bespaart ons heel veel tijd bij orderwissels en inrichten. Nu we de techniek onder de knie hebben en we ook de juiste partners hebben gevonden – zoals Comexi en Apex, die flexo naar een nieuw niveau tillen – behoren ook orders van maar 1.000 drukmeters tot onze mogelijkheden. Daarmee komt een scala aan nieuwe kansen binnen bereik van VIV."

Bezoek ook:

Verpakking Industrie Veenendaal – www.viv.nl

Apex International – www.apex-groupofcompanies.com

Neem voor meer informatie contact op met:

Jeanine Graat

Global Marketing Manager, Apex Europe B.V.

Tel. +31 (0)497 361 111

jgraat@apex-europe.com

