De grafische sector, een blik vooruit

©Grafoc/Filip Naudts

Michel Pattyn • voorzitter Febelgra West-Vlaanderen
Wim Dubois • secretaris Febelgra West-Vlaanderen
Valerie Vercammen • economisch adviseur Febelgra Federaal

Net als alle andere sectoren ontsnapt ook de grafische sector niet aan de recessie. Interessant evenwel is dat deze sector een mindere conjunctuur vaak als eerste aanvoelt, om dan iets vlugger dan andere sectoren uit het dal te klimmen. De sector is namelijk sterk afhankelijk van reclamebestedingen. Wanneer de economie het wat minder doet, is dit een post waar bedrijven het snelst in snoeien, wat vrijwel direct voelbaar is in het volume aan drukwerk. Vandaar dat het saneren, het fusioneren met collega's en - helaas ook - het verdwijnen van drukkerijen bij ons al een tijdje aan de gang is. Om u een idee te geven, in de laatste 18 maanden zijn hierdoor op West-Vlaamse bodem zowat 10 bedrijven verdwenen, goed voor een 130-tal jobs.

Bij de resterende bedrijven is dit geenszins een reden om het kopje te laten hangen. De laatste jaren werd er enorm geïnvesteerd om mee voorop te blijven in het Europese technologische peloton. En ook de kleinere bedrijven met 2 tot 5 werknemers schrikken niet terug voor zware investeringen. Een drukpers aanschaffen van 500.000 euro is voor hen dan ook meer regel dan uitzondering. Ook in nieuwe technologieën, zoals in het digitale gebeuren dat nu met grote kracht op ons afkomt, wordt fors geïnvesteerd.

Ook de vraag naar goed geschoold personeel is er niet minder op geworden. De beroepsfederatie Febelgra doet er dan ook alles aan om de sector 'sexy' te houden en om de instroom van enthousiaste, intelligente jonge mensen te vergroten.

Als u dus eerstdaags voor de gevel van uw drukker-om-de-hoek passeert, weet dan dat achter deze gevel een hoogtechnologisch bedrijf huist, met bekwame creatieve vakmensen. Eens u dit weet, kunt u devoot verder wandelen, of nog veel beter, eens binnenstappen om de wondere wereld van de grafische sector te leren kennen.

Michel Pattyn
Voorzitter Febelgra West-Vlaanderen

Trends in de grafische sector

De economie evolueert. Mondialisering en globalisering zijn steeds meer de dagelijkse realiteit, ook voor de grafische sector. Onder invloed van een groeiende internationale concurrentie blijft de prijsdruk dan ook heel hoog. Grafische bedrijven spelen hier op in door te opteren voor de volgende strategieën:

Innovatie

Grafische bedrijven worden geconfronteerd met terecht veeleisende klanten, en de prijzendruk is heel hoog. Innovatie is daarom een must. Bedrijven moeten zich onderscheiden, zich differentiëren van de concurrentie. Innovatie wordt echt een sleutelwoord in de toekomst.

Differentiatie

Zich onderscheiden van de concurrentie door het vinden van een niche, via technieken of producten, is en blijft enorm belangrijk. Door specialisatie worden nieuwe, innovatieve en gespecialiseerde producten op de markt gebracht.

Crossmediale context

Communicatie gebeurt steeds meer via verschillende mediavormen. Er bestaat een grote waaier aan communicatietechnieken en -kanalen. Grafische bedrijven moeten zich niet meer enkel focussen op hun kernactiviteit "drukken", maar opteren beter voor een visie op lange termijn. Deze visie kan inhouden dat een grafisch bedrijf ook de bredere dienstverlening op zich neemt: voor klanten websites uitbouwen in dezelfde huisstijl als hun handelsdrukwerk, onlinedatabanken aanmaken met grafisch materiaal dat de klant via internet zelf kan (her)gebruiken, een drukwerk gaan ondersteunen met een e-mailcampagne, …

One-stop-shopping

Klanten hebben nood aan een compleet dienstenpakket en verkiezen "one-stop-shopping", waarbij ze een globaal dienstenpakket aankopen en verkrijgen bij één leverancier. Een "dienst" aanbieden in plaats van een product is de toekomst.

Real time economy en 'printing on demand'

Snel, sneller, snelst. Net als in veel andere sectoren worden ook de klanten van grafische bedrijven liever gisteren geholpen dan vandaag. Voor opdrachten met een heel korte leveringstermijn kunnen Belgische grafische bedrijven zich op dit moment nog sterker profileren dan hun concurrenten uit de Aziatische en Oost-Europese markten, die door het voeren van een zeer lage prijspolitiek wel zeer concurrentieel zijn voor producten die niet onder druk van een korte leveringstermijn staan.

Fusies

Om de concurrentie het hoofd te bieden en om zich beter te wapenen voor de toekomst, moeten bedrijven soms hun krachten bundelen en nadenken over strategische allianties.

Digitale druk in opmars en hybride workflows

Er is een verschuiving op te merken van de "traditionele druktechnieken", zoals offset en zeefdruk, naar digitale druktechnieken. Ook het combineren van "traditionele druktechnieken" met digitale druk, de zogeheten "hybride workflows" zal in de toekomst aan belang winnen.

Evolutie van grote orders naar kleinere orders

Een efficiënt productieapparaat is noodzakelijk om de uitdagingen die de evolutie naar een veelheid van kleinere opdrachten met zich meebrengt, aan te kunnen. Personalisatie wordt daarbij steeds belangrijker.

Trend naar "veredeld" drukwerk

Het fysieke aspect, de uitstraling van drukwerk wordt weer belangrijk. Mooi, veredeld drukwerk (vernissen, plastificeren, …) zit duidelijk weer in de lift! Producenten willen zich nu meer dan ooit van elkaar onderscheiden. Door de crisis dalen de oplages, maar gaat er meer aandacht naar het meer gericht selecteren en verleiden van de juiste doelgroep met overtuigende en kwalitatieve communicatiemiddelen.

Aandacht voor milieu en MVO

Milieu zal steeds belangrijker worden onder druk van de consumenten. **M**aatschappelijk **V**erantwoord **O**ndernemen wordt in de toekomst zeker een prioriteit.

Standaardisatie

ISO 12647-2 wint aan belang als garantie voor kwaliteit en kleurenconsistentie. Deze kwaliteitsstandaard draait rond drie parameters: inkt, papier en puntaangroei en rond het optimaal beheren van deze drie waarden. Dit proces van standaardisatie is voor grafische bedrijven een groot voordeel. Het garandeert de kwaliteit en kleurenconsistentie van drukwerk, en spaart zo discussies en kopzorgen uit. De norm legt de maximaal toegestane afwijkingen vast voor het volledige drukproces, met zo een beter voorspelbaar eindresultaat. Reeds in de prepress is er een doorgedreven controle van de bestanden en kleuren, en die meting zet zich verder door in de kwaliteit van inkten en papier op de pers. Dit resulteert in een betere kennis en beheersing van het drukken en in het optimaal inzetten van personeel en middelen.

Hoe reageert de grafische sector op de globale economische crisis?

Op dit moment maken we de grootste algemene crisis van de laatste decennia mee. Sommige economisten spreken zelfs van de meest kritieke toestand sinds de 2de wereldoorlog. De crisis is niet alleen financieel en bancair, ze is ook economisch. Alle sectoren worden getroffen, wereldwijd: alle continenten hebben er in meer of mindere mate onder te leiden.

Geen enkele economist durft zich uit te spreken over hoe lang deze crisis nog zal duren. De groeivooruitzichten voor België en de buurlanden werden recent naar beneden herzien. Het Federaal Planbureau verwacht groeicijfers van om en bij de -2%. Volgens ons zijn deze voorspellingen nog veel te optimistisch en we verwachten dan ook dat ze dit jaar nog een paar keer zullen worden herzien. Zonder al te pessimistisch te willen overkomen, lijkt een krimp van 4% voor 2009 - gelet op de actuele economische omstandigheden - veel realistischer.

In deze context van onzekerheid stellen velen zich de vraag hoe de grafische sector zal reageren op deze economische crisis. Ondanks de bedreigingen die op ons afkomen, zien we als sector een paar op-

portuniteiten. Onze eeuwige drang naar efficiëntieverbetering wordt gevoed door onze wil om concurrentieel te blijven en om aan de vragen van onze klanten te kunnen beantwoorden.

Een zoektocht naar meer efficiëntie

De laatste twee decennia heeft de grafische sector een ware technologische "r"evolutie meegemaakt. Vele actuele technieken en technologieën die vandaag de dag courant zijn, bestonden 10 tot 15 jaar geleden nog niet of bevonden zich toen nog in een embryonale fase. Standaardisatie, ISO 12647, JDF, PDF (al dan niet gecertificeerd), workflow management, CTP, color management,…: door open te staan voor deze technieken en ze toe te passen (de ene misschien wat sneller dan de andere), bewijst de sector dat hij steeds op zoek is naar meer efficiëntie.

Problemen in tijden van crisis

De grafische sector realiseert ongeveer 40% van zijn omzetcijfer door export. Maar liefst 90% van de handelstransacties gebeurt met onze buurlanden: Frankrijk, Nederland, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. De groeiperspectieven bij de belangrijkste handelspartners zijn echter slechter dan bij ons. Dit zal ontegensprekelijk een neerwaartse impact hebben op onze buitenlandse handelsstromen in 2009 en 2010.

Een andere belangrijke "bedreiging" is de grote afhankelijkheid van de grafische sector van publicitaire uitgaven: 40% van de omzet wordt gegenereerd door reclameuitgaven. Het is een publiek geheim dat het net de advertentiebudgetten zijn die het eerst worden beperkt in economisch moeilijke momenten.

Ja, de grafische sector heeft toekomst!

Een interessant onderzoek van het Vlaams Innovatiecentrum voor Grafische Communicatie (VIGC) bij 1.000 drukwerkaankopers bewijst het: drukwerk blijft voor velen de geprefereerde vorm van communicatie. Laat dit een duidelijke boodschap zijn in deze onzekere tijden. Vergeten we ook niet dat er voor bepaalde grafische toepassingen geen digitaal of elektronisch alternatief bestaat: verpakkingen, medische bijsluiters, grafische toepassingen op textiel en glas, laminaten.

Ook het feit dat nieuwe technologieën nieuwe applicaties kunnen creëren is een positieve evolutie voor de sector. We denken hier vooral aan "web-2-print": onlinedrukwerksamenstelling in zogenaamde elektronische shops. Web-2-print maakt het mogelijk om te kunnen inspelen op de eisen van UGC (user generated content): de inhoud wordt bepaald door de consument. Een paar toepassingen van UGC zijn bijvoorbeeld de elektronische fotoalbums of het interieur van bepaalde topmerken van wagens dat kan worden gepersonaliseerd volgens de wensen van de klant.■

Samenvatting

De grafische sector heeft heel wat troeven in handen. Door in te spelen op de trends die de markt dicteert op het gebied van differentiatie, standaardisatie, specialisatie, "one-stop-shopping" en "printing on demand", personalisatie en een gezonde aandacht voor MVO (maatschappelijk verantwoord ondernemen), zorgt de sector ervoor dat ze niet aan marktaandeel moet inboeten. De grafische sector is bovendien een innovatieve sector, waar crossmediale communicatie steeds belangrijker wordt.

©Grafoc/Filip Naudts