**Étude de cas**

Media Contact:

Miraclon: PR@Miraclon.com

AD Communications: iwoods@adcomms.co.uk - +44 (0) 1372 464 470

Juillet 21, 2020

**UN ÉTAT D’ESPRIT AMBITIEUX STIMULE L’INNOVATION FLEXO**

« Nous n’avons pas peur de défier nos clients. Pour nous, c’est une partie fondamentale du développement et du maintien d’une relation : nous découvrons ainsi de nouvelles façons de travailler. » Voilà ce qu’affirme Chris Rigby à propos de son entreprise Pulse Media à Stockport, une société anglaise qui a remporté le deuxième prix des Global Flexo Innovation Awards de Miraclon l’année dernière en récompense de l’efficacité de son flux de production et de la conversion des processus offset-flexo.

Si nécessaire, Pulse peut interroger ses clients sur de nombreux points de la chaîne logistique d’emballages flexo, ayant développé un portefeuille de services complet, de la conception initiale à la gestion des marques et des couleurs, en passant par le suivi du passage sur presse, la gestion de projet et le conseil. Nous sommes loin du clichage litho à répétition qui constituait l’unique offre de Pulse à ses débuts en 1982. À cette époque, les clients étaient les imprimeurs locaux voisins de l’entreprise ; aujourd’hui, Pulse se positionne en tant qu’agence de gestion de l’impression au service de marques mondiales de la grande distribution.

La présence de la société dans le secteur de la grande distribution remonte à la fin des années 1980, avec l’explosion des marques de distributeurs. Selon Chris Rigby, directeur technique de Pulse : « Les clients avaient besoin de fournisseurs capables de garantir la régularité des emballages dans tous les formats — carton litho, étui flexo, boîte en carton ondulé ou étiquette UV. Pulse a détecté cette opportunité et l’a saisie. Trente ans plus tard, la régularité reste au cœur de notre activité. »

**Au centre d’un triangle**

Il décrit Pulse comme une « agence de gestion de l’impression. Nous nous plaçons au centre d’un triangle avec les concepteurs, les propriétaires de marques et les imprimeurs à chaque sommet, et notre travail consiste à assurer la cohérence de la marque. Pour que cela fonctionne, ces trois acteurs doivent faire confiance à notre expertise et à notre volonté affirmée d’obtenir les meilleurs résultats. » Le travail qui a valu à Pulse le prix de l’Innovation est un excellent exemple de cette collaboration. L’emballage des bouteilles de bière avait déjà été imprimé en litho, avec des résultats décevants, et l’objectif de Pulse était d’améliorer à la fois la qualité d’impression de l’emballage dans son ensemble et la régularité des couleurs. Une équipe technique réunissant Pulse, l’imprimeur, le fournisseur des plaques et un spécialiste de l’encre a revu la conception pour choisir la meilleure approche en prenant en considération des facteurs tels que la division des couleurs, etc.

Chris Rigby se souvient du processus : « Le jour de l’impression, dès le repérage, le client a validé la première épreuve sous presse, ce qui nous a donné l’avantage d’un calage plus rapide. Globalement, la version flexo affichait un repérage optimisé, un meilleur contrôle des points en relief, des aplats plus denses et une régularité d’impression améliorée, à la fois sur une grande surface et pendant tout le tirage. Le résultat ? La marque a rapidement fait passer trois autres conceptions du pelliculage litho à l’impression flexo. »

Grâce à des succès comme celui-ci, Pulse poursuit sa croissance malgré un marché que Chris Rigby décrit comme « très rude », où la question du prix fait trop souvent la différence. Avec cinquante employés au siège, plus cinq personnes sur site chez des clients, Pulse « s’inscrit fermement dans la catégorie des petites et moyennes entreprises, nous n’avons donc pas le pouvoir d’achat des plus grands. Au lieu de cela, nous devons rivaliser sur la qualité et le service, et récupérer régulièrement de nouveaux clients parmi les déçus des fournisseurs à moindre coût qui recherchent un meilleur rapport qualité-prix. »

**Le domaine le plus dynamique**

Soulignons également que Pulse évolue dans un secteur industriel, l’impression flexo, que Chris Rigby décrit comme « de loin le domaine actuellement le plus dynamique de l’impression d’emballages, celui qui a connu le plus d’innovations et les plus grandes améliorations de la qualité au cours des dix dernières années. » Pour cela, il attribue une grande part du mérite à Kodak Flexcel NX. « Il y a dix ans, il était difficile pour la flexo de rivaliser avec les résultats de la gravure et de l’offset, mais NX a constitué un immense pas en avant, notamment en encourageant d’autres fabricants à investir dans le processus flexo pour améliorer encore la qualité, le contrôle de presse et les encres. La volonté des imprimeurs de s’engager et de repousser encore les limites a été tout aussi importante. »

À court et moyen terme, le recul des limites fait appel à des technologies telles qu’une gamme chromatique étendue et une palette de couleurs fixe, car les marques cherchent à réduire à la fois leurs coûts et leur empreinte carbone en limitant les couleurs. La durabilité étant de plus en plus importante pour les consommateurs, l’accent est mis sur les matériaux recyclables, en particulier les plastiques, et Pulse participe actuellement à plusieurs essais sur de nouveaux supports. « On assiste à un véritable élan pour la flexo », analyse Rigby. « Compte tenu de la qualité et de la régularité que nous pouvons atteindre, outre le délai de commercialisation plus court, il y a de moins en moins d’arguments en faveur de la gravure pour les emballages souples. Le seul motif reste souvent la longueur de tirage, mais les tirages sont plus courts chaque année, et même cet avantage perçu perdra de l’importance avec le temps. »

FIN

**À propos de Miraclon**

Les KODAK FLEXCEL Solutions ont permis de transformer l’impression flexographique au cours de la dernière décennie. Créés par Miraclon, les KODAK FLEXCEL Solutions – y compris le FLEXCEL NX System et le FLEXCEL NX Ultra System leaders de l’industrie – apportent aux clients une meilleure qualité, une rentabilité supérieure, une plus grande productivité et des résultats exceptionnels. En se concentrant sur une science de l’image révolutionnaire, sur l’innovation et sur la collaboration avec des partenaires et des clients de l’industrie, Miraclon s’engage pour le futur de la flexo et est en place pour mener la bataille.

Pour en savoir plus, visitez [www.miraclon.com](http://www.miraclon.com). Suivez-nous sur twitter [@kodakflexcel](https://twitter.com/KodakFlexcel) et connectez-vous à notre compte LinkedIn [Miraclon Corporation](https://www.linkedin.com/company/miraclon-corporation/).