



ROTO date

VIERMAANDELIJKE NIEUWSBRIEF VAN ROTO SMEETS

NR.5 - MEI 2005

**Hoeveel papier verbruikte
Europa in 2004?**

(zie antwoord op p. 3)

Wat is er speciaal aan het formaat dat u nu in handen heeft?

Elk nummer van deze nieuwsbrief 'Rotodate' zal vanaf nu op een ander formaat gemaakt worden.

Dit formaat zal telkens een voorbeeld zijn van één of meerdere voordelen. Bewaar deze nieuwsbrieven daarom goed of geef ze aan uw creatieven. Zo kunt u al in de ontwerpfase van uw publicatie rekening houden met de voordelen van een papierformaat.

Uitwisselbaar papierformaat

Het formaat dat u nu in uw handen heeft, is dé oplossing om flexibel te kunnen overstappen van diepdruk naar offset en omgekeerd. Het is een formaat dat bijvoorbeeld seizoensgebonden bedrijven, zoals speelgoedketens, een oplossing kan bieden. In de piekperiodes hebben deze bedrijven grote volumes drukwerk nodig en kan diepdruk de aangewezen manier zijn. En in de periodes waarin behoefte is aan minder grote volumes kan offset een oplossing bieden. En dat terwijl het formaat - en dus hun lay-out - niet verandert. Zo bent u altijd gegarandeerd van het optimale drukprocédé.

Verzamelmap

Wij hebben ook verzamelmappen voor u klaarliggen om deze nieuwsbrieven in te bewaren. Vraag er één aan uw contactpersoon.
De gegevens vindt u op de laatste pagina.



is een uitgave van **Roto Smeets**, een onderdeel van **RSDB**
Verantwoordelijke uitgever: Marketing en Business Development,
Zeverijnstraat 6, 1216 GK Hilversum, Nederland
Concept en realisatie: Media Partners België

Groei

De wereldwijde bestedingen aan reclame zijn in 2004 met bijna 7% gegroeid ten opzichte van 2003. En ook de komende jaren zal de slag om de consument tot stijgende reclame uitgaven leiden. Het aandeel dat het medium papier hierin heeft, blijft al jaren redelijk constant en gezien de unieke eigenschappen van papier zal dat voorlopig zo blijven. Om niets van dit momentum te verliezen hebben wij persinvesteringen gedaan die op het juiste moment capaciteit leveren om op uw groei te kunnen inspelen. In offset en in diepdruk. Immers is investeren niet vooruitzien?



René van Werkhoven
(Algemeen Directeur
Roto Smeets)

Wist u dat:

Er in 2004 in Europa 24 miljard kilo papier is gebruikt!

(PAPIER)

Wist u dat er bij Roto Smeets dagelijks 3 miljoen tijdschriften van de pers rollen?

“De markt bepaalt de papierprijs”

HOE KOMT DE PRIJS VAN PAPIER TOT STAND? HET ANTWOORD OP DIE VRAAG IS SIMPEL: DE MARKT BEPAALT. DAT ZEGT BERT VAN DRIE, INKOPER VAN PAPIER BIJ ROTO SMEETS.

“Voor uitgevers en ook voor retailers maakt de prijs van papier een groot deel uit van de kosten van drukwerk. Vaak wordt gevraagd hoe die prijs tot stand komt. Het eenvoudigste antwoord is: door het spel van vraag en aanbod op de wereldmarkt.

Wanneer papierproducenten de bezettingsgraad van hun machines naar negentig procent of meer zien stijgen, ontstaat er een opwaartse druk op de prijzen. Die trend zien we nu. De prijs van vrijwel alle soorten papier is aan het stijgen.

Die wereldmarkt is even groot als fragiel. Dat luistert nauw. We zien dat retailers meer volume drukken en er verschijnen ook meer nieuwe tijdschrifttitels. Dat heeft gevolgen voor de prijs. Zelfs een staking bij een papierfabriek in Canada heeft consequenties. Canadese drukkers kopen papier

in Europa, waardoor hier druk op de beschikbare capaciteit ontstaat.

Vraag een aanbod houden elkaar op dit moment redelijk in evenwicht. Er wordt overal in de wereld capaciteit bijgebouwd, maar papierfabrieken in China en India bijvoorbeeld produceren alleen voor hun thuismarkt. Wat ook invloed heeft, is het fenomeen dat retailers zoeken naar manieren om zich te onderscheiden, bijvoorbeeld door de keuze voor witter papier: een upgrading dus van de gebruikte papierkwaliteit. Deze soort kan daardoor duurder worden.

De markt voor papier is mondiaal, maar tegelijkertijd zeer broos. Een kleine verstoring laat de balans al doorslaan. Vandaar dat de prijs van papier als een jojo op en neer kan gaan en soms maar voor een korte periode vast staat.”

Wist u dat?

... grafische ontwerpers de neiging hebben te kiezen voor mat, vaak wat crèmekleurig papier. Dit terwijl lezers en lezessen van magazines in heel Europa vrijwel altijd de voorkeur geven aan helderwitte, glanzende papiersoorten. Dat blijkt uit onderzoek van Göte Nyman, hoogleraar psychologie van de Universiteit van Helsinki.

Commercieel en administratief hart

Binnen Roto Smeets speelt Sales & Production Support in Hilversum een belangrijke rol. Hier klopt het commerciële en administratieve hart van de organisatie. SPS is het centrum van alle offertes, calculaties en orders. De organisatie richt zich op de gehele drukwerkmarkt, nationaal en internationaal. Ook kent SPS een afdeling planning die via DiMS! de bezetting van alle machines van de productiebedrijven nauwkeurig stuurt, zodat drukwerk zo snel en efficiënt mogelijk gedrukt kan worden.



DiMS! zorgt voor optimale communicatie

DE DRUKKERIJEN EN AFWERKINGSBEDRIJVEN VAN ROTO SMEETS WERKEN NU ALLEN MET DIMS! ENTERPRISE. DAT MAAKT HET MOGELIJK OM VANUIT ÉÉN DATABASE OFFERTES, PLANNING, CALCULATIE, FACTURERING EN NACALCULATIE AAN TE STUREN EN OM MANAGEMENTINFORMATIE OP TE VRAGEN. OP TE VRAGEN EN AAN TE STUREN. WAT ZIJN DE VOORDELEN VOOR DE KLANT? VIER VRAGEN AAN ERIC RIKKERT, PROJECTMANAGER DIMS! ENTERPRISE.

Wat is DiMS!?

DiMS! is software waarmee je offertes, calculaties, planning en productie van alle drukwerk niet alleen kunt organiseren, maar ook kunt volgen. Sinds 1 januari dit jaar zijn alle productievestigingen van RSDB op het systeem aangesloten. We werken vanuit één database zodat alle medewerkers van deze bedrijven over identieke informatie beschikken.

Waarom is dat belangrijk?

Het systeem geeft maximaal zicht op de planning van het werk 'en' de bezetting en kan automatisch op zoek gaan naar de best mogelijke en beschikbare productiewijze binnen de groep. De verkoop kan op elk moment on line voor opdrachtgevers vaststellen wat, wanneer en waar geproduceerd kan worden.

Draait het systeem goed?

We werkten al langer met DiMS!, maar nu zijn alle betrokken Roto Smeets-vestigingen aangesloten op dezelfde database. Het systeem draait prima. We hebben bijvoorbeeld nu een pilot-koppeling gemaakt met de papierleveranciers

“We werken aan een veel sterkere digitale band met onze opdrachtgevers”

via Papinet en weten daardoor exact wanneer het papier de papierfabriek verlaat, welk papier in de vrachtwagen zit en welke

hoeveelheden papier wij met deze vrachtwagen binnen gaan krijgen. Wordt een drukopdracht uitgesteld, dan krijgt de papierleverancier hiervan een melding. Dit voorkomt onnodige voorraadvorming.

Wat heeft de klant eraan?

Dankzij de groepsbrede database zijn wij in staat om snel en optimaal te communiceren met onze klanten en zijn de gegevens, ook over de bedrijven heen, direct beschikbaar. Binnen afzienbare tijd schakelen we door naar de volgende fase. We werken daarbij aan een veel sterkere digitale 'band' met onze opdrachtgevers. Aan koppelingen met hun systemen bijvoorbeeld, zodat wij geen gegevens voor een order meer hoeven over te tikken, maar ook aan digitale facturering. Het is in de toekomst mogelijk om klanten inzicht te geven in de status van hun order met tracking and tracing. Kortom, een eigen netwerk waarmee opdrachtgevers snel en veilig productiedata kunnen aanleveren.

4 Zwaargewicht van twee kilo

RSDB - dochteronderneming De Wit, onderdeel van Roto Smeets Grafische Nabewerking, installeerde in maart dit jaar een nieuwe, tweede perfect binding unit, een Corona 13 met 22 inlegstations.



De Wit heeft onlangs een contract gesloten met de Britse winkelketen Argos voor de productie van vier edities van de Argos Catalogus. Per jaar zullen er 6 miljoen exemplaren geproduceerd worden, waarbij elke catalogus 2 kg weegt en 1.600 pagina's bevat! Een kolfje naar de hand van De Wit die gespecialiseerd is in het binden, afwerken, verpakken en adresseren.

De marketing-euro

Al jaren wordt de bedrijvigheid in de drukkerijwereld direct gekoppeld aan de toestand van de economie. Als de economische motor maar volop draait, blijven de marketing-euros rollen en blijven de persen gevuld. En hoewel de ratio vaak anticyclisch adverteren voorschrijft, nemen de marketingbudgetten bij een wat krimpende economie meestal af. Dit is bijvoorbeeld te zien aan het advertentievolume in kranten en tijdschriften.

Maar er zijn ook sectoren waar wel degelijk anticyclisch gehandeld wordt. Zo neemt het volume van ongeadresseerde huis-aan-huis-reclame de afgelopen jaren steeds sterk toe. Reden hiervoor is dat hoewel het medium niet altijd als meest 'sexy' gezien wordt, het onovertroffen is in effectiviteit om de consument tot actie (o.a. showroomtraffic) aan te zetten. In Nederland wordt dit door jaarlijks onderzoek keer op keer aangetoond.

Voor een drukkerijgroep als Roto Smeets, die bestaat uit op de diverse marktsegmenten toegesneden locaties, betekent dit ongeacht de economische ontwikkelingen een stabiele situatie.

De laatste downloads!

Via de website van Roto Smeets kan iedereen alle laatste richtlijnen, settings, kleurprofielen en testvormen opvragen. Nu is er de mogelijkheid om u in te schrijven zodat u, telkens als er een nieuwe download-versie verschijnt, automatisch via e-mail de laatste versie krijgt toegestuurd: www.rotosmeets.com.

Strategie RSDB

Business Plan

Voor het opstellen van het RSDB Business Plan 2004-2007 is studie gedaan naar de vraag- en aanbodverhoudingen in de markt, technologische ontwikkelingen en de eigen sterktes en zwaktes. Daarbij werd onder meer vastgesteld dat RSDB in toenemende mate bij haar klanten als invalshoeken onderscheidt: inkopen puur met het oog op productie of in lijn met een gezamenlijk te ontwikkelen marketingcommunicatiestrategie, dan wel een combinatie van beide. Ook kwam naar voren dat de sterke kanten van RSDB - mede door de historie bepaald - enerzijds liggen bij het vervaardigen van het rotatiedrukwerk en anderzijds bij het redactioneel ontwerpen van en vormgeven aan marketingcommunicatieconcepten.

Keuzes

De huidige situatie in de grafische industrie en het bijzondere economische klimaat hebben ons gedwongen keuzes te maken. Eén van die keuzes is dat RSDB zich wil concentreren op de uitbouw van haar positie als producent van rotatiedrukwerk

en op de uitbouw van haar positie in de ontwikkeling van marketingcommunicatieconcepten.

Dat houdt in dat het huidige organisatiemodel met de drie merken Roto Smeets, Plantijn-Casparie en Media Partners wordt verlaten en dat de kernactiviteiten zullen worden ondergebracht in twee business lines, te weten: 'Print Productions' en 'Marketing Communications':

• Print Productions

Gericht op het efficiënt en effectief vervaardigen van rotatiedrukwerk middels gespecialiseerde full-service-bedrijven die, als adviseur, uitvoerder of regisseur, de totale waardeketen van prepress tot distributie beslaan.

• Marketing Communications

Gericht op het optimaal faciliteren van het 'eigen communicatiekanaal' van opdrachtgevers.

Mogelijke beursexit?

RSDB wil de positie van de twee business lines de komende jaren verder versterken. Autonoom of door acquisitie en daarnaast openstaan voor consolidatie in de rotatie wanneer dit leidt tot verbetering van marktpositie en rendement.

De komende maanden zal onderzoek worden gedaan in hoeverre, ten behoeve van de geambieerde uitbouw van Print Productions en Marketing Communications, een eigenomsstructuur buiten de publieke beursomgeving meer mogelijkheden biedt.

De aanzet voor dit onderzoek, waarin de belangen van alle stakeholders worden meegewogen, wordt mede ingegeven door:

- aangescherpte eisen, toegenomen managementaandacht en daarmee samenhangende kosten, verbonden aan de beursnotering
- de afnemende liquiditeit van small caps in het algemeen
- de beperkte free float van RSDB in het bijzonder
- het spanningsveld van publicatie-eisen enerzijds versus concurrentiegevoeligheid anderzijds.

Wij houden u op de hoogte!





Grootste weekblad van Nederland is heel persoonlijk

JE EIGEN VRIEND, VRIENDIN, MOEDER OF OMA
OP HET OMSLAG VAN VERONICA MAGAZINE.
DAT WAS DE VERRASSING TIJDENS VALENTIJNSDAG
VOOR DUIZENDEN LEZERS VAN DIT VEELGELEZEN
WEEKBLAD IN NEDERLAND.

De uitdaging

Erik Visser, marketing manager bij Veronica Uitgeverij, wilde de lezer meer betrekken bij het blad. Een gepersonaliseerd omslag tijdens Valentijnsdag paste in dat doel en paste ook prima bij Veronica. "Het is eigenwijs en nieuw."

Lezers konden vanachter hun eigen computer en via een speciale website foto's en teksten uploaden van de geliefde personen die ze wilden verrassen. Volgens Visser waren de lezers laaiend enthousiast. "Voor ons imago was deze actie heel goed. Het grappige van

de actie was natuurlijk ook dat de ontvanger van het blad de indruk heeft dat de gehele oplage de cover heeft die hij of zij op dat moment in handen heeft. Vooral omdat de ontvanger Veronica Magazine een dag voordat deze in de winkel ligt, al had ontvangen."

Een eigen cover kostte de lezer € 4,95. Het productieproces startte zodra de betaling via automatische incasso van de lezer geïnd was.

De oplossing

Tijdens het project werkten verschillende disciplines samen. Het binnenwerk van Veronica



Magazine werd bij Roto Smeets Deventer gedrukt. De persoonlijke cover werd bij PlantijnCasparie Digital Print in Amsterdam geproduceerd. De applicatie op de

servers en op Internet werd gemaakt door PlantijnCasparie Data en de afwerking en het sealen vond plaats bij Ten Klei in Purmerend. Tim Pott, accountmanager van Roto Smeets: "Het mooie aan dit project is dat er met verschillende disciplines aan gewerkt is. Samen hebben Roto Smeets en PlantijnCasparie enorm veel in huis. Het is mooi als die verschillende facetten ingezet kunnen worden om iets nieuws te bedenken."

Paul van den Brink, business unit manager van PlantijnCasparie Digital Print: "We maakten van iedere cover een productiepdf. Die pdf's werden verzameld en kwamen op een server. De coverpagina stond op het omslag met drie andere statische pagina's. Die drie pagina's kregen dus geen individuele druk mee, al had dat wel gekund. De verschillende bestanden werden op de printers samengevoegd door middel van een informatiestring waar alle benodigde data in stond, zoals bijvoorbeeld de NAW-gegevens. Al met al een behoorlijke operatie."

Bijna miljoen abonnees

Veronica Magazine is een uitgave van de Veronica Uitgeverij. De uitgeverij is onderdeel van het SBS-concern. Veronica Magazine is het grootste publieksblad van Nederland met 920.000 abonnees en een losse verkoop van 150.000 exemplaren. In totaal worden wekelijks 2,7 miljoen lezers bereikt. Roto Smeets Deventer vervaardigt het Veronica Magazine en verzorgt de personalisatie voor de postale verzending. Het reguliere omslag voor de totale oplage wordt bij Roto Smeets Weert gedrukt.



Klant aan het woord

EÉN DING HEBBEN ALLE KLANTEN VAN ROTO SMEETS GEMEEN: ZE WILLEN KWALITEITSDRUKWERK EN EEN STIPTE SERVICE. IN DEZE RUBRIEK GAAN WE DIEPER IN OP DE EISEN EN WENSEN VAN EEN VAN ONZE KLANTEN, HET FRANSE POSTORDERBEDRIJF REDCATS SPECIAL BRANDS. PRODUCTIEVERANTWOORDELIJKE ARCO MEIJNDERT LEGT UIT WAAROM REDCATS KIEST VOOR ROTO SMEETS.

Wat doet Redcats precies?

Arco Meijndert: "Redcats Special Brands is het derde grootste postorderbedrijf ter wereld. We beschikken over 17 verschillende merken en zijn actief in 18 landen. In onze portefeuille zitten onder meer La Redoute, La maison de Valérie (Frankrijk), Ellos (Zweden), Empire Stores (UK) en Redcats US (USA)."

Wat is uw functie?

Arco Meijndert: "Ik werk in Parijs als Responsable Fabrication Catalogue. Samen met mijn team ben ik verantwoordelijk voor de catalogusproductie. We staan in voor het volledige productie-traject: planning, inkoop van papier, repro, drukwerk en afwerking. Daarnaast zorgt mijn team ook voor de vertaling en montage van onze internationale versies. Naast courante talen zoals Engels of Duits maken we soms ook catalogi in meer exotische talen zoals het Portugees of het Japans."

Waarom koos Redcats voor Roto Smeets?

Arco Meijndert: "RedCats is al ettelijke jaren klant bij Roto Smeets. Voor ons hoort deze drukkerijgroep tot de weinige drukkers in Europa die erin slagen om kwaliteit en betrouwbaarheid te combineren met een goede service. Onze catalogi zitten voor 85 à 90 % in diepdruk. Voor ons is het een voordeel dat de diepdrukvestiging van Roto Smeets in Etten betrekkelijk dichtbij gelegen is.

Roto Smeets drukt voor ons twee keer per jaar diverse bruto-katernen voor onze hoofdcatalogi. Tussendoor drukken ze ook een aantal tussencatalogi die meestal persgehecht of persgelijmd en schoongesneden geleverd worden."

Met wie heeft u het meest contact bij Roto Smeets?

Arco Meijndert: "Wij hebben veel contact met Vincent Massat van het verkoopkantoor Roto Smeets France in Parijs. Daarnaast hangen we vaak aan de lijn met het ordermanagement van Roto Smeets Etten. Die contacten zijn voor mij bijzonder, want voor ik me in Frankrijk vestigde maakte ik deel uit van dit ordermanagement in Etten. Dus doe ik graag de hartelijke groeten aan alle oud-collega's in Etten-Leur!"

Welke toekomst voor gedrukte communicatie?

Hebt u zich ooit afgevraagd wat er omgaat in de hoofden van de bedrijfsleiders van een groot drukkersbedrijf wanneer zij beslissen om een nieuwe machine aan te schaffen? De economische levensduur van zo'n machine is vaak meer dan 20 jaar. Maar hoe zal in de tussentijd de vraag van de markt evolueren? Om een antwoord te vinden op die vraag organiseerde Roto Smeets België voor haar klanten en zakenrelaties een 'Customer College'.

Zijn bedreigingen kansen?

Belangrijke vertegenwoordigers uit alle domeinen van de communicatiewereld gaven hun visie over de evolutie van hun magazines, catalogi en commercieel drukwerk. Hoe ervaren zij de mogelijkheden van andere mediakanalen of technieken als internet, televisie, radio, 1-to-1-marketing, personalisatie, ... Zal het hele on-linegebeuren het grootschalig drukwerk verdringen of juist aanvullen? En hoe kijkt de drukkersindustrie aan tegen deze nieuwe evoluties? Welke nieuwe ontwikkelingen kunnen de 'oude' media bieden als antwoord op de 'nieuwe' media?

Alle lezers van Rotodate ontvingen een uitnodiging voor dit Customer College. Kon u helaas niet aanwezig zijn? Vraag dan het verslag van deze boeiende avond aan via rs.belgium@rotosmeets.com of telefonisch: 02 245 06 40.



Ruim 70 aanwezigen tijdens het Customer College van Roto Smeets België.



Het discussiepanel:
Sandra De Preter (Sanoma),
Erik Draye (Man Roland),
Nand Dillien (Gamma),
Rik Decorte (Quelle)

COLUMN

In de vorige Rotodate kon u al lezen dat Roto Smeets België 2004 afsloot met een omzetgroei van 25 procent. Deze positieve trend heeft zich ook voortgezet in het eerste trimester van dit jaar. Hierdoor neemt het marktaandeel van Roto Smeets verder toe op de Belgische markt. Die groeit situeert zich voornamelijk in het commerciële drukwerk. Commercieel drukwerk, ook wel 'labeur' genoemd, neemt vandaag het grootste aandeel in van de Roto Smeets-drukkerijen. Dit is een belangrijke boodschap aan de markt, waar nog steeds de idee leeft dat Roto Smeets voornamelijk voor uitgeverij werkt. Nog een andere foute perceptie is dat wij niet geschikt zouden zijn voor lage oplages of drukomvang. Maar een drukkerijbedrijf moet vandaag zijn capaciteit bijna zeven dagen op zeven benutten om rendabel te zijn. De kleine gaatjes kunnen vullen betekent dan ook 'the cherry on the cake'! Met haar kleinschaligere markt is België hiervoor een geschikt afzetgebied. Perception is NO reality!

In de tweede helft van dit jaar breidt onze offsetcapaciteit uit met de opstart van een tweede 48-paginapers in Weert. Uiteraard versterkt deze nieuwe aanwinst de roep vanuit onze drukkerijen om bijkomende opdrachten aan te trekken. Onze strategie om per drukkerij een voornaam basispakket te richten op een welbepaald marktsegment wordt zo verder doorgevoerd. Deze aanpak verhoogt de dienstverlening en kennis die we klanten uit een marktsegment kunnen bieden. Een evolutie die ook u ten goede zal komen!



Jef Peeters,
Managing Director
Roto Smeets Belgium



ROTOdate

Roto Smeets Belgium - Pagodenlaan 1-3 bus 4 - 1020 Brussel
Tel. 02 245 06 40 - Fax 02 245 06 90 - www.rotosmeets.com