








Search Results for Google

 [Print](#)  [Close Window](#)

Sharing

-  [Digg](#)
-  [del.icio.us](#)
-  [Newsvine](#)
-  [Reddit](#)
-  [Google](#)
-  [Yahoo](#)
-  [Permalink](#)

May 28, 2008 11:19 AM Eastern Daylight Time 

Selon Heidelberg, drupa est le baromètre des tendances pour l'industrie de l'imprimerie

- **L'entreprise s'impose comme le leader mondial du marché de l'offset à feuilles**
- **Première solution d'impression complète jamais présentée lors d'un salon commercial**
- **Prévision de croissance de l'activité services et consommables**

drupa 2008

HEIDELBERG, Allemagne--([BUSINESS WIRE](#))--A la veille de l'ouverture du drupa, le plus important salon commercial de l'industrie de l'imprimerie et des médias, le PDG de Heidelberg Druckmaschinen AG (Heidelberg) (FWB:HDD), Bernhard Schreier, voit l'événement de Düsseldorf comme un baromètre des tendances pour l'industrie de l'imprimerie. « Grâce aux nouvelles solutions et technologies que nous présentons, nos clients deviendront encore plus compétitifs. Avec notre aide, il n'est pas rare de constater une amélioration de 40 % de leur productivité, » a-t-il déclaré. Selon le PDG, néanmoins, l'empressement à investir de l'ensemble de l'industrie dépend de certaines conditions sous-jacentes – l'une d'entre elles et non des moindres étant le climat économique. Schreier a souligné qu'il serait plus facile après le salon de s'engager sur la manière dont les imprimeurs évaluent leur situation, mais qu'il voyait avec optimisme Heidelberg – en tant que premier exposant au drupa – asseoir sa position de leader dans le domaine de l'offset à feuilles.

Schreier a listé les trois principaux secteurs de croissance future que doit viser Heidelberg afin de réduire la dépendance de l'entreprise aux cycles économiques mondiaux. « Notre objectif est d'élargir encore plus notre part de marché en solutions d'impression, moins sensible aux fluctuations économiques, en profitant de sa croissance tout en gagnant des parts de marché sur la concurrence, » a-t-il révélé. Le PDG a poursuivi en expliquant que c'était la raison pour laquelle Heidelberg utilisait, pour la première fois, l'événement de Düsseldorf pour présenter des produits et solutions intégrées spécifiquement destinés à ce segment de marché qui englobe la prépresse, la presse, la post-presse et les composants logiciels associés.

Schreier a également indiqué que le leader mondial du marché des services et consommables visait une croissance supérieure. « Nos ventes dans ce segment passeront du niveau actuel de près de 700 millions d'euros à plus d'un milliard

d'euros au cours des trois prochaines années, » a-t-il déclaré, ajoutant que la stratégie consistait à combiner croissance interne et acquisitions à petite échelle, comme celle du fabricant de revêtements Hi-Tech Coatings, la semaine dernière. Selon le PDG, le volume total du marché des services et consommables s'élève à environ 25 milliards d'euros, avec également des marges intéressantes réalisées dans les applications spécialisées.

Schreier a insisté sur le fait que les marchés émergents présentaient encore des opportunités pour Heidelberg. Il a révélé que l'industrie bénéficiait d'une croissance à deux chiffres dans certaines régions, essentiellement en Europe de l'Est, mais aussi dans quelques parties de l'Inde et de la Chine. Le PDG a ajouté que Heidelberg cherchait à tirer un profit permanent de cette croissance et à augmenter la capacité de production de l'usine de Qingpu, près de Shanghai. « À moyen terme, les marchés émergents représenteront 40 % du total des ventes chez Heidelberg, » a-t-il déclaré.

Au drupa, la présentation de Heidelberg s'étendra sur deux halls d'exposition

Lors du drupa 2008, Heidelberg présentera un large éventail de produits et services couvrant tous les aspects de l'offset à feuilles. Le leader mondial du marché occupera une surface d'exposition de plus de 7800 mètres carrés dans les Halls 1 et 2 du drupa pour montrer une gamme variée de métiers issus de tous les segments de l'imprimerie concernés. De la prépresse et la presse jusqu'à la post-presse, chaque étape est intégrée à l'aide de divers modules du logiciel de Workflow Prinect. Cette gamme extensive d'options permet aux clients de Heidelberg de répondre efficacement aux pressions concurrentielles de ce secteur.

La devise pour la présentation de Heidelberg au salon commercial est « Performance HEI Performance » et « HEI Value ». Les visiteurs du drupa pourront voir par eux-mêmes les solutions puissantes qui créent une réelle valeur ajoutée pour les applications. Durant le salon commercial, l'ensemble du portefeuille machines et logiciels de Heidelberg sera en outre enrichi par une gamme complète d'offres de services, conseils et visites variées.

Le salon drupa se tiendra du 29 mai au 11 juin 2008 à Düsseldorf. Pas moins de 1971 exposants de 52 pays présenteront leurs dernières innovations technologiques dans 17 halls d'exposition couvrant une superficie d'environ 175.000 mètres carrés. Près de 400.000 visiteurs sont attendus durant les 14 jours que durera l'événement.

Le texte du communiqué issu d'une traduction ne doit d'aucune manière être considéré comme officiel. La seule version du communiqué qui fasse foi est celle du communiqué dans sa langue d'origine. La traduction devra toujours être confrontée au texte source, qui fera jurisprudence.

Contacts

Heidelberger Druckmaschinen AG
Thomas Fichtl, Communication
entreprises
Téléphone : +49 (0)6221 92 4747
Fax : +49 (0)6221 92 5069
thomas.fichtl@heidelberg.com

At A Glance

Heidelberger Druckmaschinen AG

Headquarters: Heidelberg/Germany,
Headquarter

Website: <http://www.heidelberg.com>

CEO: Bernhard Schreier

Employees: 19.436

Ticker: HDD (FWB)

Revenues: Euro 3.803 billion (2007)

Net Income: Euro 263 million (2007)

Source: via Business Wire

Updated 11/23/2007 by company



[Terms of Use](#) | [©2008 Business Wire](#)
