

2

2004

Français

# Z-INFO

ZIEGLER PAPIER AG

## Le papier communique

introduction Editorial . 3

innovation Produits nouveaux et actualisés . 4  
introspection L'entreprise Ziegler . 6

interaction Communiquons! . 9  
inspiration Les tendances pour le futur . 10

information Contacts et impressum . 12

**ZIEGLER**  
P A P I E R

[www.zieglerpapier.com](http://www.zieglerpapier.com)



## **CHERES LECTRICES, CHERS LECTEURS,**

Le premier «Z-Info» de l'année 2004 est consacré à l'innovation chez Ziegler Papier SA. En tant que responsable du développement, l'une de mes principales missions consiste à promouvoir la création de nouveaux papiers et l'optimisation des qualités existantes. Les petits fabricants ont l'avantage de pouvoir concrétiser rapidement leurs innovations, contrairement aux grands groupes, pour lesquels le processus de mise en œuvre entre l'évolution du marché et la création ou la modification d'un produit reste long et complexe, malgré des équipes de développement plus importantes. C'est pourquoi chez Ziegler Papier SA, nous considérons que le succès de notre entreprise dépend de notre force d'innovation. Sous la rubrique «innovation», vous trouverez des informations sur nos derniers développements de produits. Dans la partie «introspection», nous avons demandé à une per-

sonne extérieure à l'entreprise d'étudier la question du management de l'innovation chez Ziegler Papier SA. Il s'agit en fait d'un extrait du mémoire de Madame Nicole Ziegler pour l'Université de St-Gall, particulièrement intéressant dans la mesure où la plupart des PME ne manqueront pas de s'y identifier. Sous la rubrique «interaction», nous vous présentons les grandes lignes de nos principaux projets publicitaires pour 2004. A travers le projet «Ziegler's best art & print work», nous ciblons en priorité la clientèle du secteur de la publicité et du graphisme. En résumé, cette édition «Z-Info 2/2004» donne un coup de projecteur sur les événements marquants de notre entreprise et livre un certain nombre d'informations précieuses sur notre branche. Bonne lecture!  
Dr Ralf Radecke, Responsable Qualité et Développement  
[ralf.radecke@zieglerpapier.com](mailto:ralf.radecke@zieglerpapier.com)

Il se passe toujours quelque chose chez Ziegler. Progrès, innovation et perfectionnement sont des notions qui font partie de notre vie et qui se reflètent constamment dans nos produits. Vous allez pouvoir découvrir tout ce qui a changé. Vous trouverez une description détaillée de toute la gamme de papiers sur [www.zieglerpapier.com](http://www.zieglerpapier.com)

## CORPORATE DESIGN

Nos papiers blancs à tout faire évoluent avec le temps. Les perfectionnements constants nous ont permis d'optimiser de façon ciblée les qualités de papier éprouvées Z-Bond Classic et Z-Offset, afin de les adapter aux exigences croissantes requises actuellement. Mais bien évidemment, rien ne change dans votre utilisation de ces papiers. Il n'est pas nécessaire de modifier vos procédés d'impression.

Caractéristiques de la nouvelle qualité: nuance légèrement plus blanche, qualité d'impression améliorée en offset, épair plus régulier (meilleure formation de la feuille), possibilités d'utilisation améliorées en impression laser et jet d'encre (Z-Bond Classic).

Vous pouvez profiter de la nouvelle qualité dès février 2004. Vous pourrez demander des échantillons et passer des commandes d'essai dès maintenant. – Par ailleurs, la teinte des qualités extra-blanches Z-Plot 450, Z-Plot 650 et Z-Laser Color est adaptée à cette nuance. Pour toute question ou demande d'information, veuillez si possible contacter votre Account-Manager.

Z-Bond Classic en grammage de 50 g/m<sup>2</sup> joue la sécurité. – Ziegler Papier SA ne fait pas la part belle aux faussaires de médicaments. Voici des années que nous fabriquons pour le compte de l'industrie pharmaceutique des papiers destinés aux notices d'emballages (Z-Pharma 40/50 g/m<sup>2</sup>, Z-Bond Classic 40/50 g/m<sup>2</sup>), raison pour laquelle nous avons adopté la certification GMP (Good Manufacturing Practice). Or, il nous est demandé aujourd'hui de créer une version anti-falsification de ces produits. En effet, dans certains pays de l'Amérique du Sud ou de l'Afrique, la proportion de médicaments copiés ou contrefaits peut atteindre 80 %. Nous avons donc tout mis en œuvre pour déjouer les falsificateurs! Nous avons d'abord développé pour la gamme Z-Bond Classic 50 g/m<sup>2</sup> un papier avec une sécurité «incorporée», sans pour autant compromettre ses propriétés déjà avérées. Il s'agit d'une marque sécuritaire incrustée sur l'une des faces, que seule l'application d'un réactif chimique peut rendre apparente. Au moyen d'un crayon réactif (livré par Ziegler), le client peut ainsi prouver l'authenticité du papier. Pour commander des échantillons A4 et des rouleaux d'essai, veuillez vous adresser à votre Account Manager.



## ■■■■ CAD/OFFICE

Dès mars 2004, toutes les références «Z-Plot» et «Z-Laser» seront disponibles dans la nouvelle nuance, ainsi harmonisées avec la teinte blanche de la gamme «Corporate Design». Qu'il s'agisse du jet d'encre ou de systèmes d'impression à base de toner, le contraste sera encore accentué.

Avec le lancement du procédé de contrôle ImageXpert, nous avons franchi un nouveau pas vers une impression couleur objectivement mesurable. La machine analyse et évalue vingt-neuf caractéristiques à partir d'une image imprimée, ce qui nous permettra pour la première fois de définir des valeurs quantitatives pour les modèles de référence. Pour plus d'infos, veuillez vous reporter au site [www.imagexpert.com](http://www.imagexpert.com). La gamme «Z-Plot 850» bénéficie à son tour de la certification CBS2, ce qui la rend compatible avec les lecteurs codes barres. Après «Z-Plot 650» et «Z-Plot 450», «Z-Plot 850» est le troisième papier Ziegler à être certifié conforme à ce procédé. De plus, il a été testé avec succès sur la machine d'impression Versamark de Scitex, au même titre que les traitements ultérieurs des produits imprimés (pliage, découpage, encartage). Autre nouveauté: pour répondre à une demande

des utilisateurs Scitex, «Z-Plot 850» existe désormais dans une version couchée sur les deux faces.

Tout comme les références «Z-Bond Classic» et «CopyZett W», «Z-Laser Color» a obtenu de bons résultats lors des tests réalisés chez Pira International en Angleterre sur la presse Xeikon DCP/50D.

Les données pour l'établissement du dossier de scripts sont disponibles. Les trois qualités de papier font actuellement l'objet d'une procédure de certification.

## ■■■■ SPECIALTIES

A ce jour, le projet «Release Liner» en est au stade de la mise en œuvre productive. Ziegler propose un papier couché sur les deux faces (clay-coated), le «Z-Release C1+2S» dans les grammages de 85, 90, 100, 120 et 135 g/m<sup>2</sup>. Des échantillons au format A4 ou en rouleaux sont disponibles départ entrepôt. La couche barrière contre les huiles de silicone est excellente. N'hésitez pas à tester cette variante intéressante!

Contact: [ralf.radecke@zieglerpapier.com](mailto:ralf.radecke@zieglerpapier.com)

L'article suivant est extrait du mémoire rédigé par Nicole Ziegler pour le compte de l'Université de St-Gall sous le titre «Möglichkeiten und Grenzen von Lead-Usern im Innovationsprozess» («Potentiel et limites des utilisateurs pilotes dans le processus d'innovation»). Le thème de l'innovation a actuellement le vent en poupe, principalement chez les petits et moyens producteurs.

## LE MANAGEMENT DE L'INNOVATION CHEZ ZIEGLER PAPIER SA

Un management de l'innovation efficace est une condition sine qua non pour les entreprises désireuses de rester concurrentielles sur le long terme. Les titres qui ont fait la une ces dernières années prouvent notamment que les producteurs papetiers n'ont pas d'autre choix que de faire valoir activement leur compétitivité.

### «La génération d'idées constitue la première étape logique du processus d'innovation.»

Le changement structurel international survenu dans ce secteur au cours des dix dernières années n'a pas manqué de laisser ses empreintes en Suisse. La faillite ou le rachat d'entreprises helvétiques par des groupes internationaux, ainsi que l'adoption de stratégies radicales témoignent d'une forte pression concurrentielle. Mais comment les producteurs qui ont résisté à cette vague s'accommodent-ils des nouvelles conditions-cadres? Il existe plusieurs méthodes pour lutter contre une concurrence de plus en plus âpre. L'entreprise peut transférer ses unités de production dans les pays à la main-d'œuvre bon marché. Elle peut aussi rejoindre les grands groupes pour bénéficier de la rationalisation. Enfin, la maîtrise du processus d'innovation peut lui permettre de se démarquer sensiblement de ses

concurrents. C'est ainsi que de nombreuses entreprises suisses ont opté pour une politique de niche. Pour ces producteurs papetiers, l'aptitude à créer constamment des produits novateurs constitue la clé de leur succès. Pour une bonne marche des affaires, il est important de ne pas faire abstraction de la dynamique du marché. Des produits aujourd'hui porteurs peuvent en effet s'avérer demain commercialement inintéressants. Les petites structures risquent en particulier de négliger, au profit des affaires courantes, la garantie à long terme d'une gamme de produits innovante et axée sur l'avenir.

La génération d'idées constitue la première étape logique du processus d'innovation. Généralement, on distingue deux sources de création et d'optimisation de produits. On parle de «market-pull» (innovation induite par les mouvements du marché), lorsque le développement d'un produit est fonction des besoins existants ou futurs de la clientèle et de «technology-push», lorsque des idées de produits inédites naissent des compétences disponibles et des nouvelles technologies, sans qu'aucun besoin concret n'ait encore été identifié. Concernant le développement évolutif des nouveaux produits, la première approche est la plus courante. Les idées sont le plus souvent générées par les souhaits et les problèmes des consommateurs. Dans le domaine des



innovations incrémentielles, il est donc recommandé d'orienter sur le marché les activités du processus de génération d'idées nouvelles. Le traitement des sources d'idées peut être spontané ou systématique.

A priori, le papier est un produit relativement anodin en termes d'innovation. Pourtant, ce qui va suivre démontre le contraire et explique pourquoi la nécessité d'une forte capacité d'innovation s'impose pour Ziegler Papier SA.

**«A priori, le papier est un produit relativement anodin en termes d'innovation.»**

Dans un environnement marqué par la globalisation et les cycles de vie éphémères des produits, la faculté d'adaptation aux conditions-cadres est vitale pour les entreprises de tous secteurs confondus. L'industrie du papier ne fait pas exception à la règle, particulièrement pour les produits utilisés sous une forme quelconque dans des outils techniques ou destinés à un traitement ultérieur, comme c'est le cas notamment des papiers graphiques et autres spécialités. De leur temps, les cartes et les bandes perforées ont illustré de manière flagrante l'interdépendance entre l'industrie papetière et l'évolution technologique. Les cartes perforées ont fait leur apparition au début de l'ère informatique (au 20e

siècle sur la machine Hollerith). Elles servaient à mémoriser et à consulter des données. Mais dans les années 80, de nouveaux procédés de mémorisation ont été découverts. Quant aux bandes perforées, elles ont été utilisées jusqu'à la décennie 80 pour la mémoire temporaire du télex et la composition typographique électronique dans les imprimeries. Il a fallu attendre de nouvelles technologies pour les remplacer. Ziegler Papier SA a référencé ces deux produits jusqu'en 1987, date à laquelle ils disparurent complètement en tant que médiums d'enregistrement. Aujourd'hui, ils ne sont plus fabriqués en Suisse. La preuve est donc faite que le papier n'échappe pas non plus à des cycles de vie de plus en plus courts, suite à la rapidité croissante des progrès technologiques. Depuis un certain temps, force est de constater que dans le domaine graphique, les producteurs de papier renouvellent l'ensemble de leur gamme tous les trois à cinq ans en moyenne. Mais comment expliquer qu'un produit comme le papier graphique nécessite une constante innovation?

Les papiers graphiques et techniques ayant pour vocation le traitement ultérieur, l'évolution des exigences posées est étroitement liée aux avancées technologiques de la branche. Bon nombre des opérations en contact avec le papier sont automatisées. Les procédés d'impression comme les

machines de traitement ultérieur sont soumis à une mutation technologique fulgurante. L'industrie des machines à imprimer enregistre actuellement une grande activité novatrice. Pour exemple: le lancement de nouvelles machines d'impression couleur et de photocopieurs numériques. Mais les divers procédés d'impression supposent aussi des exigences spécifiques quant aux supports d'impression. C'est ainsi qu'en matière de xérogaphie, chaque évolution technologique implique de nouveaux impératifs de qualité pour les fabricants de papier. En choisissant le bon papier, on peut éviter les problèmes d'impression et de traitement ultérieur, et optimiser ainsi la qualité du produit final. Les nouvelles technologies exigent le plus souvent de nouvelles propriétés des supports papier, ce qui se traduit pour l'industrie papetière par la nécessité d'ajuster constamment ses produits aux avancées technologiques. L'ensemble du secteur consacre beaucoup de temps et d'argent à l'identification des nouvelles technologies et des débouchés correspondants. L'incassante mutation technologique et technique de l'industrie de transformation du papier génère une évolution des problèmes et des besoins de la clientèle, vers lesquels les entreprises novatrices peuvent orienter leur stratégie commerciale. Les petites entreprises peuvent saisir l'opportunité de se distinguer des grands groupes, en adaptant rapidement et régulièrement leur assortiment aux nouvelles exigences des clients, l'aptitude à développer et à commercialiser de nouveaux produits étant dans ce contexte un atout majeur.

**«Les nouvelles technologies exigent le plus souvent de nouvelles propriétés des supports papier, ...»**

Accordant une grande importance à la notion d'innovation, Ziegler Papier SA concentre ses efforts sur la conquête de nouvelles niches. Pour ce faire, il est primordial que l'entreprise se focalise délibérément sur les souhaits de ses clients

pour leur proposer des produits novateurs. Le défi consiste à intégrer de manière optimale et permanente les besoins des clients dans le processus d'innovation interne.

Le processus de création de concepts, tel que l'entend Ziegler Papier SA, repose sur le principe fondamental de l'entonnoir de l'innovation à trois niveaux. A partir de garde-fous stratégiques destinés à canaliser globalement l'évaluation des idées, des critères ont été définis pour peser et sélectionner les idées de produits à différents degrés. Le déroulement et la procédure inhérents au traitement d'une innovation sont fixés de manière détaillée.

Un pool informatisé adéquat a été mis en place à la base de l'entonnoir de l'innovation pour permettre la saisie et l'enregistrement des concepts. Chaque collaborateur peut soumettre ses idées au moyen d'un formulaire, ce qui permet de centraliser l'information interne et de l'évaluer systématiquement. Ce système contribue, principalement pour les collaborateurs en contact avec la clientèle, au recensement systématique des informations clients en termes de potentiel novateur. Les idées sont ensuite «filtrées» trois fois avant d'être éventuellement concrétisées sous la forme d'un projet de développement. Le premier filtre vise à écarter les idées irréalistes ou inadaptées. Les deux suivants servent à évaluer le nouveau concept moyennant une étude approfondie de son applicabilité technique et du succès commercial escompté.

Pendant les années fastes, les PME prospères prennent le risque de s'exclure elles-mêmes du marché, d'une part en laissant les affaires courantes épuiser leurs ressources et d'autre part, en ignorant la nécessité d'un effort d'innovation. Or durant cette période, il est particulièrement important qu'elles entretiennent un contact permanent avec les clients et les marchés, contact que leur intégration institutionnalisée dans le processus d'innovation doit justement garantir.

Nicole Ziegler



# Are you inspired by quality?

Ziegler Papier recherche les professionnels!



## Êtes-vous déjà un professionnel Ziegler?

Vous avez déjà été inspiré par les papiers Ziegler et vous connaissez nos papiers créatifs? La ligne «Corporate Design» avec Z-Offset (Z-Mail Supra) et Z-Bond Classic (Z-Copy S/OCR), le papiers polyvalents extra-blancs: qualité et style, pour des solutions globales en matière de communication. Et «Natural Design», les papiers Ziegler créatifs et écologiques dotés d'une élégante nuance naturelle – OffZETT W et CopyZETT W sont l'alternative parfaite aux papiers extra-blancs!

## Vos produits imprimés sur papier Ziegler ont mérité une distinction?

Alors participez au «Ziegler's best art & print work 04» – notre «Award» récompensant le meilleur produit global (art & print) fabriqué sur les papiers créatifs Ziegler. Une récompense pour les créatifs et les imprimeurs. Ne tardez pas et sachez nous convaincre – cela en vaut la peine!

ART &  
04  
PRINT  
WORK



## interaction Communication

[www.zieglersbest.com](http://www.zieglersbest.com)

### ZIEGLER PAPIER RECHERCHE LES PROFESSIONNELS

Participez au «Ziegler's best art & print work 04» et commandez l'appel d'offres officiel.

Oui, j'aimerais recevoir l'appel d'offres.

.....  
Lieu, date

.....  
Signature

## LA TENDANCE POUR 2004

Bien que partagées par de nombreux spécialistes, nos dernières prévisions ne se sont guère vérifiées à ce jour. Nous voulons néanmoins tenter une fois encore de vous informer sur les perspectives d'avenir.

Le développement du marché du papier se poursuivra dans le sillage de la croissance économique. Celle-ci étant estimée à la hausse, nous tablons sur une croissance positive du secteur papetier qui se traduira dès le deuxième trimestre 2004 par une augmentation, ou du moins par une consolidation des prix. Après trois années d'un effritement constant des prix, l'optimisme est de mise.

Du côté des papiers graphiques, la tendance continuera à privilégier les produits de masse indifférenciés et la politique des prix bas uniformisés. La baisse est de rigueur! On peut

donc s'attendre à un nouveau recentrage au sein des grands groupes.

Par ailleurs, les papiers spéciaux différenciés trouveront des débouchés dans la mesure où les consommateurs d'aujourd'hui recherchent à nouveau le concret et le palpable. En effet, quoi de mieux que du papier? Les petites entreprises spécialisées confirmeront l'existence de ce marché.

En 2004, Ziegler Papier SA affirmera encore sa présence. Par un important investissement en été prochain, nous optimiserons encore la qualité de notre gamme et le rendement de nos machines. Nous renforcerons notre position sur le marché et adapterons en permanence notre offre aux nouvelles exigences. De concert avec nos clients, nous ouvrirons les portes d'un avenir passionnant.

..... Prénom  
..... Nom  
..... Société  
..... Téléphone  
..... Rue  
..... NPA/Locallité

Ziegler Papier AG  
Ziegler's Best  
art & print work  
CH-4203 Grellingen



## Asia

Fritz W. Feller  
Import Export Development Services  
Eulenbachstrasse 30  
CH-8832 Wilen SZ  
Fon +41 1 784 93 40  
Fax +41 1 784 62 70  
fritz.feller@netsurfer.ch

## Austria

G.T. Mandl & Co. GmbH  
Jedleseerstrasse 79-95/97  
A-1210 Wien  
Fon +43 1 271 88 76-0  
Fax +43 1 271 88 78  
hlinka.gtmandl@chello.at

## France

Gérald Laugée  
Agent d'usines  
37, rue du Parc  
F-93250 Villemomble  
Fon +33 14 894 25 60  
Fax +33 14 894 25 76  
gerald.lauee@wanadoo.fr

## Germany/Netherlands/Belgium

E.R. Neumann GmbH  
Export/Import  
P.O. Box 180 322  
D-40570 Düsseldorf  
Fon +49 211 71 60 71  
Fax +49 211 71 75 29  
axel.kuebler@neumannpapier.de

## Great Britain/Ireland

Kinross Agencies Ltd.  
11 High Street  
Oxford  
GB-Sevenoaks, Kent TN14 5PG  
Fon +44 1959 524 611  
Fax +44 1959 525 445  
info@kinrossagencies.ltd.uk

## Italy

Dott. A. Ierardi & C. s.n.c.  
Rappresentanze Cartiere  
Via dei Guarneri, 24  
I-20141 Milano  
Fon +39 02 574 01 941  
Fax +39 02 574 01 968  
antonio.ierardi@tin.it

## Scandinavia

H.W. Bethien Danmark A/S  
Baldersbuen 29 C  
DK-2640 Hedehusene  
Fon +45 46 55 13 00  
Fax +45 46 55 13 13  
bethien@bethien.dk

## Spain/Portugal

Ekman Iberica S.A.  
Plaza Urquinaona 6, 17 A  
E-08010 Barcelona  
Fon +34 93 302 30 30  
Fax +34 93 317 73 29  
marta.de.mingo.es@ekman-co.se

## USA

Ziegler Paper USA  
David West  
20938 North Exmoor Avenue  
USA-Barrington, IL 60010  
Fon +1 1 847 713 24 55  
Fax +1 1 847 713 24 54  
Mobile +1 1 847 682 49 72  
david.west@zieglerpaper.com

## HEADQUARTERS

Ziegler Papier AG  
CH-4203 Grellingen

## Sales Management

Urs Ziegler  
Fon +41 61 745 12 06  
urs.ziegler@zieglerpapier.com  
Norman Humm  
Fon +41 61 745 12 30  
norman.humm@zieglerpapier.com  
Mirjam Hunziker  
Fon +41 61 745 12 21  
mirjam.hunziker@zieglerpapier.com

## Sales Team

Marco Gotsch  
Fon +41 61 745 12 16  
marco.gotsch@zieglerpapier.com  
Benno Henz  
Fon +41 61 745 12 24  
benno.henz@zieglerpapier.com  
Alexandra Kluser  
Fon +41 61 745 12 22  
alexandra.kluser@zieglerpapier.com  
Caroline Marti  
Fon +41 61 745 12 18  
caroline.marti@zieglerpapier.com  
Sandra Meury  
Fon +41 61 745 12 13  
sandra.meury@zieglerpapier.com  
Beat Müller  
Fon +41 61 745 12 17  
beat.mueller@zieglerpapier.com  
Philipp Rüeegg  
Fon +41 61 745 12 48  
philipp.rueegg@zieglerpapier.com  
Gregor Scherrer  
Fon +41 61 745 12 14  
gregor.scherrer@zieglerpapier.com  
Romaine Weiland  
Fon +41 61 745 12 20  
romaine.weiland@zieglerpapier.com

## Logistics

André Schweizer  
Fon +41 61 745 12 28  
andre.schweizer@zieglerpapier.com  
Karoly Toth  
Fon +41 61 745 12 25  
karoly.toth@zieglerpapier.com

## Quality Assurance

Hans Peter Borgers  
Quality Assurance  
Fon +41 61 745 12 50  
hans-peter.borgers@zieglerpapier.com  
Ferdinand Dreier  
Quality Assurance  
Fon +41 61 745 12 51  
ferdinand.dreier@zieglerpapier.com  
Eugen Holzmann  
Special Papers  
Fon +41 61 745 12 52  
eugen.holzmann@zieglerpapier.com  
Ralf Radecke  
Fon +41 61 745 12 10  
ralf.radecke@zieglerpapier.com