

ER WAREN EENS 4 NEDERLANDERS EN 2 BELGEN



“Aan een aantal specialisten met een grote passie voor foliedruk werden 5 vragen voorgelegd.”

Deelnemers :

Finishing Touch Foliedruk BV
Grafische Groep Matthys
Romeyn Foliedruk
Wihabo

Er waren eens 4 Nederlanders en 2 Belgen. Ze besloten om in deze tijden, waarin heel wat grafische vakmensen en ontwerpers noodgedwongen wat meer tijd blijken te hebben, hun kennis te bundelen in een foliedruk-expertenblog en je een inkijk te geven in hun passie, hun expertise.

De Nederlanders, genereus als ze zijn, lieten het initiatief bij de Belgen. Minderheden moet je beschermen, dus de Belgen mochten aftrappen en een beetje de algemene lijn van het artikel bewaken. Belgen zijn immers on-gevaarlijk, die krijgen vaak dat soort modererende postjes.

Kwamen die Belgen meteen met een idee. Wat als we er een soort interview van maken waarbij de Belgen wat gerichte vragen stellen aan deze “heren en dames van stand”, dus ook aan zichzelf?



DE 5 VRAGEN

■ Verras even de lezer. Natuurlijk heb je talrijke foliedruk-toepassingen in huis maar als er nu één specialisme is, één type vraag waar je volgens jou dé creatiefste of uniekste oplossing en de mooiste realisaties kan in voorstellen, waar je het onderscheid in maakt, wat is dat dan?

■ Wat vind je in het algemeen de grootste uitdaging van jouw vakgebied?

■ Welke drie tips zou je aan grafisch ontwerpers willen meegeven wanneer ze iets met foliedruk willen ontwerpen?

■ Welke foliedruk-combinatie (papier, al of niet bedrukking, folie, preeg, afwerking ...) heeft jouw hart gestolen? Wat vind je dus persoonlijk de mooiste match binnen je eigen mogelijkheden? En het hoeft dus niet de match te zijn waar je het meeste geld aan verdient.

■ We komen toch even op een “geld-vraag”. Grafisch ontwerpers denken vaak dat foliedruk erg duur is want het ziet er natuurlijk fantastisch mooi uit ... Met welke tips en ideeën help je hen om een mooie balans tussen budget en resultaat te krijgen?

DE REDEN

Maar vooraleer we aftrappen, één van de redenen om voor foliedruk te kiezen:

“Het eerste wat we zien is de algemene contour van een product. Kleur, logo, merk, grafische aspecten en lettertypes zien we pas in een latere fase. En die contour, het product zelf, zien we veel sneller wanneer er foliedruk is aangebracht op de verpakking. Want foliedruk zorgt voor reflectie van het omgevingslicht en suggereert zo beweging. En evolutionair gezien is ons menselijke brein geprogrammeerd om beweging meteen op te merken. Want mochten we geen beweging zien dan liepen we gevaar om opgegeten te worden. Dus reflectie van licht zorgt voor het waarnemen van die beweging.

En een verpakking voorzien van folie-aspecten wordt altijd gezien. En gezien worden is de eerste stap naar verkoop.”

Prof. dr.ir. Roland ten Klooster
Professor Packaging Design and Management
University of Twente

ER WAREN EENS 4 NEDERLANDERS EN 2 BELGEN

Verras even de lezer. Natuurlijk heb je talrijke foliedruk- toepassingen in huis, maar als er nu één specialisme is, één type vraag waar je volgens jou dé creatiefste of uniekste oplossing en de mooiste realisaties kan in voorstellen, waar je het onderscheid in maakt, wat is dat dan?

Vera van Ratingen_Finishing Touch

Bij foliedruk wordt meestal gedacht aan glanzende metallic folies met een opvallend kleurtje of een hippe holografische folie met een catchy motief. Hoe mooi is het dan om voor een klassiek effect te gaan met een paarlemoer folie, het liefst met een klein relief erin (opliggende preeg) op een mooi ongestreken opdikkend wit papier. Eenvoudig doch grootse uitstraling.

Joris Bosch_Wihabo

Sinds een paar jaar zijn wij in het bezit van een Scodix Ultra2 Pro with foil: een digitale veredelingsmachine om Foliedruk, Spot UV en Opdikkende spot UV variabel per vel aan te brengen. En dat variabele aspect brengt me meteen bij één van de mooiste realisaties: Met digitale foliedruk personaliseren. Wat dacht je bijvoorbeeld van een gepersonaliseerde uitnodiging met de naam gedrukt in goudfolie? In het bestand laden we een database in met de namen of persoonlijke boodschappen. En zo kun je vel voor vel een andere tekst in folie plaatsen.

“Drukwerk is op zijn mooist wanneer je dit samen kunt maken.” Ron

Nancy Van Dijck_Grafische Groep Matthys

Met koudfolie kan je zeer bijzondere effecten bereiken die je met geen enkel ander drukprocédé kan benaderen. Metallic-effecten, op de juiste manier, in een full color beeld verwerken levert een verrassend resultaat op. Dit trekt zeker de aandacht van de ontvanger, die meteen met dit effect aan de slag gaat door het licht onder verschillende hoeken in het drukwerk te vangen.

Dat is onze passie : drukwerk maken dat aandacht krijgt. De cover of de verpakking is het eerste wat de klant te zien krijgt. Als je daar al een waw-effect kan geven, is de weg naar de overtuiging voor het bijhorende product al voor een deel gemaakt.

Joop Romeyn_Romeyn Foliedruk

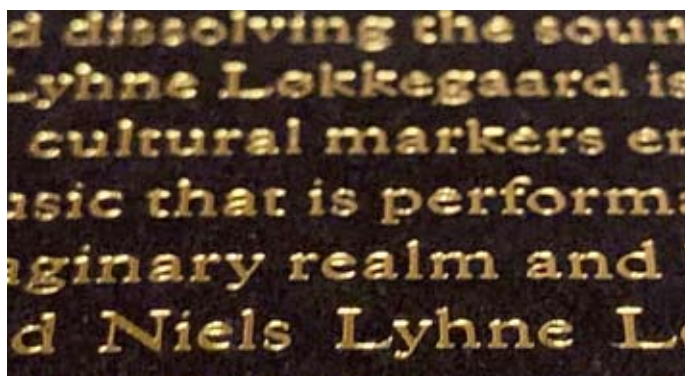
Kurz Digitale Foliedruk op A3 formaat. Beelden zeggen meer dan woorden hierin en je vindt hierover een kort filmpje op onze bedrijfspagina onder het motto “samen houden we alle ballen hoog”.

Ron VanderBroeck_Finishing Touch

Drukwerk is op zijn mooist wanneer je dit samen kunt maken. Foliedruk is op veel manieren, op veel materialen, in allerlei kleuren en motieven toe te passen. Het mooiste resultaat bereik je altijd in samenspraak, met inzet en passie. Drukwerk met foliedruk heeft ook vaak een eigen verhaal. Luister naar dat verhaal. Deel het met de vakmannen en vakvrouwen in deze gespecialiseerde grafische wereld en je zult versteld staan van het resultaat.

Bart Lauwaert_Grafische Groep Matthys

1001 ‘foliekleuren’ in één enkele drukgang. Dat is altijd iets waarmee je ontwerpers kan verrassen. Het feit dat je met zilverfolie en CMYK-bedrukking erover je zilver omtovert in blauw, groen, geel, rood... foliedruk allemaal door elkaar toe te passen blijft verbazen.



ER WAREN EENS 4 NEDERLANDERS EN 2 BELGEN

Wat vind je in het algemeen de grootste uitdaging van jouw vakgebied?

Joop Romeyn_Romeyn Foliedruk

Elk werk presenteren als een kunstwerk.

Ron VanderBroeck_Finishing Touch

Ontwerpers, drukkers, afnemers ervan overtuigen dat dit echt wel de moeite waard is. De “geld-vraag” is een blijvend heet hangijzer. Maken kunnen we het altijd wel. Geen (realistische) uitdaging te groot of er is altijd wel iemand die aan de vraag kan en wil beantwoorden, maar op het moment dat er prijzen op tafel liggen... Hoe kan ik die ontwerpers, drukkers, afnemers er nu van overtuigen dat het uitgeven van geld aan foliedruk, pregen en stansen, wellicht niet meteen, maar wel uiteindelijk zijn geld heus wel gaat opleveren?

Bart Lauwaert_Grafische Groep Matthys

Ik sluit me graag aan bij de antwoorden van Joop en van Ron. Hoe dan ook wil de klant een grote meerwaarde voor de extra uitgave die hij/zij doet. Die meerwaarde ligt in de uitstraling van het drukwerk, het kunstwerk dat we er samen kunnen van maken, maar in veel gevallen ook bij een rechtstreeks resultaat. Een boekcover die maakt dat het boek opvalt en beter verkoopt, een verpakking die premium wordt en klanten kan verleiden zodat je de meerkost meer dan terugverdient.

“Elk werk presenteren als een kunstwerk.” *Joop*

Joris Bosch_Wihabo

Leuke uitdagingen zijn om te blijven kijken naar nieuwe substraten (soorten folie/relieftoepassingen). En bovendien het blijven volgen van de techniek, waardoor je steeds meer en nieuwe mogelijkheden creëert. Door updates/upgrades van de machines ontwikkelt deze zich verder door en daardoor de productontwikkeling ook.

Nancy Van Dijck_Grafische Groep Matthys

Folie-druk is een specifieke veredeling die niet bij alle producten past. Het geheel moet kloppen. En daar is de visie en de creativiteit van de vormgever zeer belangrijk. Sommige vormgevers maken echte pareltjes met koudfolie en halen het maximum effect naar boven. Creativiteit in samenwerking met onze ervaring en advies leiden tot de mooiste resultaten.

Vera van Ratingen_Finishing Touch

Mensen komen vaak bij ons met grafische ontwerpen voorzien van een hoop tierlantijntjes. Met foliedruk worden er nog meer glanzende elementen aan toegevoegd. De kunst is dan om, zonder het ontwerp naar beneden te halen, het voor de klant inzichtelijk te maken op welke manier foliedruk kan bijdragen aan het versterken van het ontwerp door juist andere elementen te foliëren dan de voor de hand liggende titel en naam. Ze erop te wijzen dat door weglating een mooier effect wordt gecreëerd en door een slimme papierkeuze je een heel eind komt.



ROMEYN



WIHABO

ER WAREN EENS 4 NEDERLANDERS EN 2 BELGEN

Welke drie tips zou je aan grafisch ontwerpers willen meegeven wanneer ze iets met foliedruk willen ontwerpen?

Joris Bosch_Wihabo

Vermijd dunne lijnen (hele kleine dunne lettertjes bijvoorbeeld) want dat wordt onleesbaar en loopt dicht. Kijk goed naar de te gebruiken papiersoort. Folie komt het beste tot zijn recht op gestreken papier. Er zijn ook enkele ongestreken papiersoorten waarop de folie kan worden aangebracht, maar dat geeft wel een ander effect.

De folie wordt belijmd met een transparante polymeer laag. Daarom kun je folieobjecten helaas niet tot en met de snijrand laten doorlopen. Bij het snijden brokkelt het af en dat lijkt niet zo fraai.

Maar buiten dat: the sky is the limit!

Leef je uit, wees creatief, geef jouw ontwerp een exclusief effect. Met digitale foliedruk kun je er echt een feestje van maken.

Nancy Van Dijck_Grafische Groep Matthys

Doe eens iets anders. Ga niet voor het traditionele goud of zilver. In koudfolie zijn alle kleuren mogelijk, aangezien we een quadri-samenstelling drukken op zilverfolie. Het is met koudfolie perfect mogelijk om een fijn pastelgroen in metallic effect te maken of een bijzonder blauw. Laat het metallic effect dus mooi aansluiten met de rest van de kleuren in het ontwerp of net een bijzonder contrast vormen.

Vraag ons gerust om raad of inspirerende voorbeelden en betrek ons mee in het gesprek voor je aan het ontwerp start.

Maak gebruik van ons aanbod om een proefdruk te maken. Hier kan je experimenten met kleuren en zie je het werkelijke drukresultaat. Een proefdruk is ook ideaal om je klant te overtuigen van het effect en de meerwaarde van koudfolie.

“Vraag voldoende voorbeelden. Laat je inspireren door stalen, brochures, waaiers, eerdere producties.” Bart

Joop Romeyn_Romeyn Foliedruk

Eigenlijk één heel belangrijke tip. Veel ontwerpers willen vaak te veel foliedruk in het ontwerp terugzien, maar vaak is meer juist minder. “More is less”. Voor mij persoonlijk is foliedrukken dan ook de kunst van het weglaten. Oftewel, probeer alleen enkele fraaie aansprekende effecten in het ontwerp te krijgen, zodat het geheel een echte eyecatcher wordt.

Ik heb vele kunstwerkjes ons pand zien verlaten, maar niet voordat Romeyn Foliedruk zijn kennis eraan toevoegde. De creaties die vormgevers of drukkerijen soms bedachten, zagen er qua design gelikt uit, maar waren in de praktijk soms een weerbarstige uitdaging door de combinatie van kleuren en materialen.

Als zich dat voordeed, dan stapten onze mensen in. De voorstellen voor aanpassingen die we aan opdrachtgevers deden, zorgden er dan alsnog voor dat ook het praktijkresultaat met foliedruk een eyecatcher werd.

En dat is de toegevoegde waarde van 50 jaar praktijkervaring, van 50 jaar Romeyn Foliedruk. Het ontwerp van de opdrachtgever én onze kennis en kunde van de techniek foliedruk.

“Niet alleen mooie ontwerpen aanleveren maar ook doordacht en berekend op de gulden indeling.” Vera

Vera van Ratingen_Finishing Touch

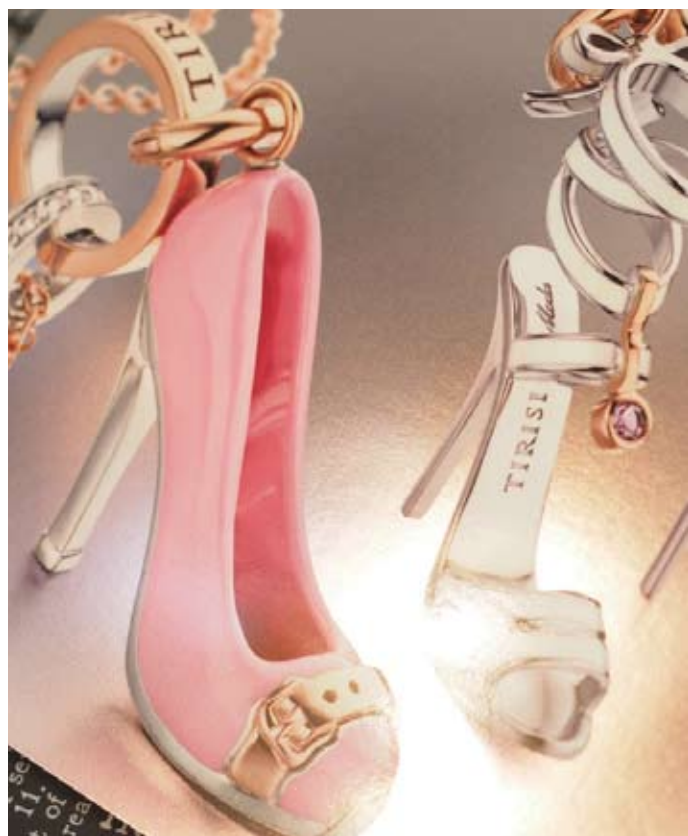
Denk na over het aantal te gebruiken stempels en deel je huisstijl zo in dat stempels meerdere malen inzetbaar zijn. Verdeel de folie op een economische manier over je vlak. Vaak komen we tegemoet aan de wensen van een grafisch ontwerper en geven tegelijkertijd een in onze ogen beter en goedkoper alternatief. De opdracht moet binnen gehaald worden en hoewel het budget van ontwerpers vaak oneindig lijkt is het dat natuurlijk niet. Niet alleen mooie ontwerpen aanleveren maar ook doordacht en berekend op de gulden indeling. Dit vergt inzicht in de techniek van het foliedrukken.....onze deuren staan altijd wijd open.

ER WAREN EENS 4 NEDERLANDERS EN 2 BELGEN

Bart Lauwaert_Grafische Groep Matthys

Vraag voldoende voorbeelden. Laat je inspireren door stalen, brochures, waaiers, eerdere producties. Die bieden je heel veel inzicht in verrassende combinaties. En vooral, vraag advies. Ga het gesprek aan met je foliedruk-expert en schets het resultaat dat je wil bereiken. Foliedruk is een boeiende combinatie tussen papier, folie, bedrukking, laksoorten, bijkomende afwerking, enz. En ik volg Joop ook met zijn tip 'more is less'. Bij onze koudfoliedruk kom je al snel in de verleiding om heel veel folie te gebruiken in je ontwerp, want het is - afhankelijk van de breedte van de foliebaan - een beetje 'all-inclusive' denken. Je hebt geen cliché nodig en dan trappen ontwerpers wel eens in de val om alle folie die ze betalen dan maar te gebruiken in het ontwerp. De kunst van het weglaten, daar helpen we graag mee.

“Met digitale foliedruk kun je er echt een feestje van maken.” Joris



MATTHYS

Ron VanderBroeck_Finishing Touch

Doe ervaring op bij die gespecialiseerde drukkers. Praat met, en luister naar en bij die drukker. Laat je omarmen met honderden, zo niet duizenden voorbeelden van toepassingen.

Neem de tijd voor onderzoek en productie. Zeker wanneer je zelf niet of onvoldoende kennis hebt op het gebied van deze gespecialiseerde grafische veredeling, is het inwinnen van informatie altijd van belang. Foliedruk is vaak een van de laatste delen van een compleet productieproces en daardoor al snel een 'ondergeschoven kindje'. Foliedruk is vaak iets dat net wat meer aandacht en tijd nodig heeft om juist daarmee tot het beste resultaat te komen.

Ga kijken bij de productie. Niet bij iedere productie, maar zeker wel bij je eerste productie. Zeker, niet elke drukker staat erom te springen dat er iemand voor of tijdens de productie staat te kijken en constant vragen stelt, maar toch, je ziet, hoort en soms ook ruikt het proces van wording. Altijd een bijzondere ervaring!



MATTHYS

ER WAREN EENS 4 NEDERLANDERS EN 2 BELGEN

Welke foliedruk-combinatie (papier, al of niet bedrukking, folie, preeg, afwerking...) heeft jouw hart gestolen? Wat vind je dus persoonlijk de mooiste match binnen je eigen mogelijkheden? En het hoeft dus niet de match te zijn waar je het meeste geld aan verdient.

Nancy Van Dijk_Grafische Groep Matthys

De combinatie van folie en mat laminaat vind ik zeer mooi. Het metallic krijgt een zachte, matte uitstraling. Voeg hierbij nog een spot-UV op enkele elementen en de perfectie is nabij. De spot-UV haalt de glans van de folie terug naar boven en zo ontstaat er een mooi spel tussen glanzende en matte elementen.

Helemaal perfect is het voor mij, wanneer de spot-UV niet samenvalt met een beeld of logo maar er juist los van staat en hier en daar over de folie-elementen loopt.

Ron VanderBroeck_Finishing Touch

De mooiste combinatie vind ik al heel lang de blindpreeg; een maagdelijk blanco papier, met daarin een mooie, stevige hoogliggende blindpreeg. Het mooiste voorbeeld daarvan is het boek “Chanel no. 5” van Irma Boom. Een boek zonder één druppel inkt. Alleen maar blindpregen. Zowel afbeeldingen als (leesbare) teksten. Inmiddels zijn we alweer wat jaren verder en ervaringen rijker, maar toch blijft dit een nummer 1. op de lijst van favorieten. Er zit weliswaar geen millimeter folie op, maar toch. Het is een van de vele mogelijkheden binnen onze specialisatie, en in dit geval helaas zonder folie.

Het mooiste met folie vind ik op dit moment die waar wordt gespeeld met het contrast tussen de foliedruk en het te bedrukken materiaal. Bijvoorbeeld mat karton voorzien van een glanzende foliedruk. Al is dat foliebeeld nog zo klein, het trekt toch gelijk de aandacht. Dat contrast trekt de aandacht en dat is toch wat je wilt bereiken, niet? Dat is waar het om draait: jij moet de aandacht trekken en krijgen, niet dat product dat naast jou in hetzelfde winkelrek of op dezelfde boekenplank staat.

Joris Bosch_Wihabo

Digitale folie is er in diverse kleuren. Zo beschikken we bij Wihabo over goud-, zilver-, koper-, rosé-, zwarte, glitter- en regenboogfolie. De mogelijkheden zijn enorm, zo kun je ook meerdere foliekleuren tegelijk gebruiken, eventueel tezamen met spot uv en opdikkende spot uv. Ik ben erg enthousiast over spot uv over folie die belijmd is met polymeer. Zo creëer je namelijk naast de reflectie waar foliedruk voor zorgt

ook een ‘voelsensatie’. Je ziet de folie dan niet alleen, maar je kunt ook daadwerkelijk het reliëf voelen. Een afbeelding ziet er dan niet alleen echt uit, maar voelt ook alsof je het product daadwerkelijk aanraakt. Denk hierbij aan de groeven van een grammofoonplaat of de structuur van een bitterbal.

Bart Lauwaert_Grafische Groep Matthys

Sowieso ga ik voor koudfoliedruk op een mooi wit stevig sulfaatkarton, zilver met zachte CMYK verlooptinten in pastelkleuren, én dan afgewerkt met een matte dispersielak bovenop de foliedruk. Matte lak verandert de inkijshoek, de reflectie van de foliedruk en geeft verrassende resultaten. En ik geef toe dat ik een preeg een absolute meerwaarde vind. Die komt er bij onze inline koudfoliedruktechniek pas nadien in de afwerking in. Daar wordt dan wel een cliché voor gemaakt. Tegenwoordig kan je met kwalitatieve kunststof al zeer goede clichés maken die kostenteknisch interessant zijn en een mooi effect geven in de vooraf aangebrachte folie, we maken die in huis.

Vera van Ratingen_Finishing Touch

Zwart ongestreken papier met glanzend zwarte folie. Een ijzersterk en stoere combinatie die wederom eenvoud en stijl uitstraalt.

Maar de techniek die het allermooiste blijft in mijn ogen, is de blindpreeg op een mooi opdikkend papier. Een combinatie van verschillende niveaus zowel opliggend als neerwaarts geeft het meest verrassend resultaat als het licht ermee speelt. Een voelbare prikkeling van de zintuigen.

“...een mooi spel tussen glanzende en matte elementen.” Nancy

ER WAREN EENS 4 NEDERLANDERS EN 2 BELGEN

We komen toch even op een “geld-vraag”. Grafisch ontwerpers denken vaak dat foliedruk erg duur is want het ziet er natuurlijk fantastisch mooi uit ...

Met welke tips en ideeën help je hen om een mooie balans tussen budget en resultaat te krijgen?

Joop Romeyn_Romeyn Foliedruk

Foliedruk was vroeger alleen rendabel bij grote tot zeer grote oplages. Tegenwoordig is dat allang niet meer zo. Ja, het was een kostbare zaak, maar grote merken zijn juist door de uitstraling van hun verpakking dankzij foliedruk enorm gegroeid. Dat is dus een goede investering.

En dan zijn er nog de nodige innovaties geweest in dit prachtige vakgebied, zoals digitaal foliedrukken en de mogelijkheid om foliestempels te laseren. Het laatstgenoemde brengt de details nog scherper aan en het eerstgenoemde maakt het mogelijk om zeer kleine oplages aan drukwerk van folie te voorzien. Sterker nog, het kan al vanaf 1 stuks en de kwaliteit is nog steeds uitstekend. Het is verbazingwekkend mooi wat we daarmee tegenwoordig kunnen!

Joris Bosch_Wihabo

“Door de digitale foliedruktechniek wordt de folie digitaal aangebracht, zonder dat hier een cliché (of stempel) voor nodig is. Van oudsher vormde een stempel of cliché immers de basis van de foliedruktechniek. Nu dit niet meer nodig is, scheelt dit al enorm in opstartkosten én je bent vrij in het bepalen waar je de folie wilt hebben. Zo kan je zelf kiezen wat je allemaal van folie wilt voorzien. Dit maakt foliedruk al veel betaalbaarder dan het voorheen was. Neem hiernaast goed in overweging wat je met de folie wilt bereiken: wat is je doel, streef je naar exclusiviteit en een extra touch? Dan is foliedruk zeker de moeite waard! “

Vera van Ratingen_Finishing Touch

Als we eens kijken naar de talrijke mogelijkheden van structuurstempels: creëer je eigen structuur en vorm waarin het logo van je klant verwerkt zit. Uniek en verrassend resultaat en zeer duurzaam. Eenmalige investering in messing stempel(s), meerdere malen inzetbaar.

Wil je een goede balans tussen budget en resultaat verkrijgen, denk dan na over hergebruik van bepaalde elementen in je foliedruk of preeg.

Drukwerk zonder folie of preeg mist iets. Foliedruk trekt meteen de aandacht. Het tactiele effect van een preeg is zijn prijs altijd waard.

Bart Lauwaert_Grafische Groep Matthys

Belangrijk is dat we een heleboel gerichte vragen stellen en dus samen met de ontwerper een project ‘écht in vraag durven stellen’. Het gebeurt een aantal keer per jaar dat ik de klant zelfs afraad om foliedruk in te zetten omdat uit de antwoorden verwachtingen naar boven komen die niet gaan gehaald worden, of dat men nadien spijt kan hebben van de bijkomende uitgave. In dat geval raad ik de klant aan om het geld in een spaarvarken te steken en uiteraard bij te houden voor een volgend project samen met ons. Je moet ook heel open zijn in je advies en niet aarzelen om door te verwijzen naar collega’s met andere foliedruk-expertises als die beter matchen met de antwoorden van de klant. Door goed overleg komen tot een mooi evenwicht tussen de kost en het resultaat waarbij het leuk is om bij het effectief realiseren van het project de verwachtingen nog te overtreffen, als kers op de taart.

Ron VanderBroeck_Finishing Touch

Ja, foliedruk, pregen, stansen het kost allemaal geld. Vaak is de vraag om echt te ‘knallen’ met een verpakking....maar het mag niks kosten. Zie ook punt 3. Hoe kan ik die ontwerpers, drukkers, afnemers er nu van overtuigen dat het uitgeven van geld aan foliedruk, pregen en stansen, wellicht niet meteen, maar wel uiteindelijk zijn geld heus wel gaat opleveren? Foliedruk trekt de aandacht van de consument, de ontvanger. Foliedruk geeft een extra chique effect. Pregen dwingt onlosmakelijk tot voelen. Om iets te voelen moet je het vasthouden. Vasthouden leidt vaak tot het uiteindelijke kopen.

Nancy Van Dijck_Grafische Groep Matthys

Dankzij onze wekelijkse combi-vorm krijg je een zeer interessante prijs. Kleinere formaten en kleinere oplages worden haalbaar om van een folie-effect te voorzien. Enkele voorbeelden : uitnodigingen, wenskaarten, actiekaarten, spaarkaarten, naamkaartjes zijn de drukwerken die wekelijks onze combi-vorm vullen. Voor de hogere oplages kunnen we bekijken op welke manier we een folie-besparing kunnen toepassen. Ook hier is het weer belangrijk om reeds vroeg in het ontwerp proces betrokken te zijn.

ER WAREN EENS 4 NEDERLANDERS EN 2 BELGEN



FINISHING TOUCH



MATTHYS



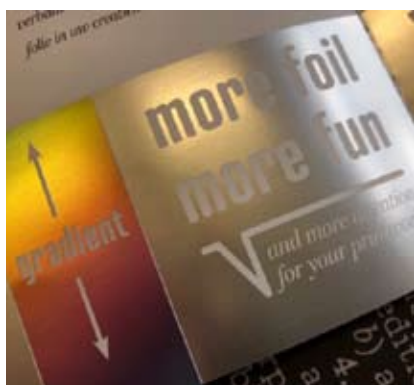
FINISHING TOUCH



WIHABO



WIHABO



MATTHYS



MATTHYS



MATTHYS



ER WAREN EENS 4 NEDERLANDERS EN 2 BELGEN



FINISHING TOUCH

Finishing Touch Foliedruk BV

Ron VanderBroeck



Grafische Groep Matthys

Bart Lauwaert



Romeyn Foliedruk

Joop Romeyn



Finishing Touch Foliedruk BV

Vera van Ratingen



Grafische Groep Matthys

Nancy Van Dijck



Wihabo

Joris Bosch

