Numéro 6
octobre ▪ novembre 2007
5,95 $

Québec Imprimerie

Le magazine des professionnels de la chaîne graphique

L'épreuvage papier ou écran ?

Le JDF

Les massicots

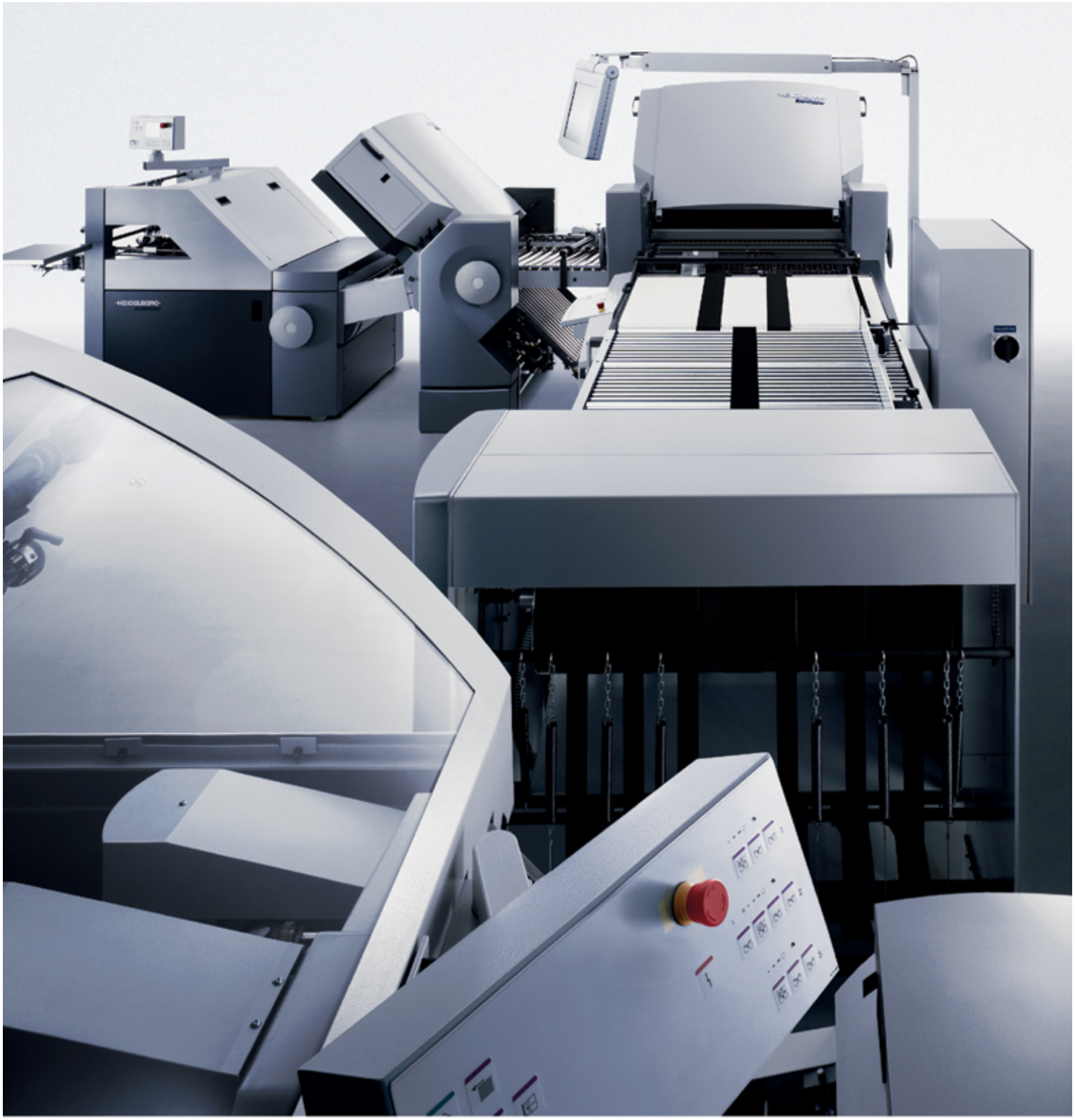
Vision de Quebecor World Canada

Résultat de la première enquête salariale

La chaîne graphique en français

Les blanchets

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**



Plier vers le futur

Nous vous présentons la toute nouvelle génération de plieuse de Heidelberg, le leader mondial des solutions pour les médias imprimés. Le design modulaire de la Stahlfolder TH/KH avec la nouvelle technologie de poches de pliage, vous permet des configurations selon vos besoins de rendement et d'automatisation. Et ce, tout en réduisant considérablement vos temps de mise en route et vous permettant ainsi d'augmenter votre volume de production. C'est la performance dont vous avez besoin pour offrir à votre clientèle du pliage de haute qualité pour les années à venir.

Heidelberg Canada Graphic Equipment Limited
6265 Kenway Dr., Mississauga, Ontario, L5T 2L3 • Tel. 1-800-363-4800 • **www.heidelberg.com**

HEIDELBERG

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Profitez du programme Appui aux initiatives – Systèmes industriels* pour améliorer notamment **vos procédés de compression, de réfrigération et de séchage,** ou encore **l'éclairage de votre bâtiment.** Vous réaliserez ainsi d'importantes économies d'énergie et contribuerez au bien-être collectif.

Obtenez
un appui financie
pouvant atteindr
300 000 $
par projet.

MIEUX CONSOMMER
POUR MIEUX PERFORMER

www.hydroquebec.com/affaires

Hydro Québec

* Certaines conditions s'appliquent.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Coast Paper
Papier Coast

Des gens connaissants. Des produits qui performent.

Téléphone : 514-856-2255 ou 1-800-361-6866 Courriel : commandes@coastpaper.com
Site Web : http://www.coastpaper.com 1600, 32e avenue Lachine, Québec H8T 3R1

TOUT SUR PAPIER

PaperlinX

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés** ©
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

éditorial
La segmentation, outil de pilotage stratégique **5**

inspiration
Transcontinental Litho Acme — Courts tirages haut de gamme **6**

image
Les blanchets — Un intermédiaire qui s'adapte **9**

Prévisibilité et cohérence
Épreuvage papier ou écran ?.....12

intégration
Le JDF expliqué — 2e partie **20**
Les réseaux universalisent les échanges **22**

impression – postpresse
Trancher une fois pour toutes ! — Les massicots automatiques **24**

impression – supports
Pour la saine gestion de nos forêts **26**

intervention
Optimisme et lucidité chez Quebecor World Canada **28**

industrie
La première enquête salariale du secteur des communications graphiques **30**
L'éveil du dragon **33**

initiative
La chaîne graphique en français, c'est possible ! **36**

innovations
La commande en ligne facile **40**
Automatisation et collaboration **42**
Simulation 3D des imprimés **44**

ingéniosité
Résistance ou solidité à la lumière, comment l'évaluer ? **50**

Artisans des arts graphiques de Montréal 45
Association paritaire de santé et de sécurité du travail 35
Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec 38
Institut des communications graphiques du Québec 19

Calendrier 47

sommaire

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

l'avant-plan des technologies. L'impression de données variables et la production de plusieurs versions adaptées au marché font partie des impératifs marketing. Même les annuaires sont désormais mieux ciblés en fonction des marchés. L'imprimerie évolue avec les fournisseurs de presses. Auparavant, les vieilles presses produisaient, par exemple, un long tirage de neuf millions et c'en était fait. Maintenant, les versions sont plus ciblées et les groupes de clients plus précis, nous rejoignons la même clientèle, mais avec une démographique plus pointue. Nous sommes le plus grand imprimeur au monde d'annuaires Pages Jaunes. Je peux vous dire que ce secteur est en hausse, car le produit adopte maintenant différentes formes telle les pages jaunes communautaires ou des catalogues promotionnels.

Nous avons travaillé en étroite collaboration avec les fournisseurs afin d'amener en Amérique du Nord la notion de presses polyvalentes, multiproduit et multicanal. L'automatisation pour la production des annuaires, circulaires, quotidiens, hebdos et magazines contribue à la rentabilité. Auparavant, une presse destinée à l'impression d'un quotidien était utilisée cinq ou six heures par jour, aujourd'hui, elle fonctionne 24 heures sur 24, sept jours sur sept avec cinq niches de produits différents. Quebecor World a effectué des investissements majeurs dans la construction et l'équipement d'impression de Mirabel, au Québec, et d'Islington, en Ontario. L'automatisation se traduit donc par de meilleures performances, étant donné que la nouvelle génération d'équipement est plus efficace et offre un meilleur coût à l'unité.

Qi : Il y a beaucoup de mouvements dans l'industrie. Comment les restructurations, fusions et acquisitions influencent-elles le secteur ?

TG : Chez Quebecor World nous sommes des consolidateurs, axés sur la croissance. Nous sommes présents dans le monde entier. Nous poursuivons activement une couverture mondiale afin de répondre à nos deux objectifs. Le premier est d'être des partenaires stratégiques et d'accompagner nos clients dans leur expansion mondiale. Les cataloguistes sont des clients intercontinentaux, présents dans les Amériques, en Europe et en Asie. Quebecor World aide Ikea, par exemple, à créer sa stratégie mondiale sur la base de la constance de la qualité, des prix et autres facteurs vitaux pour le client. Notre deuxième objectif consiste à

M. Antonio Galasso, président de Quebecor World Canada

respecter les cultures mondiales. Nous sommes un leader pour ce qui est de la croissance par des acquisitions et fusions. Quebecor World continue de percer sur la scène mondiale en incluant les familles d'anciens propriétaires afin de progresser sur la base de la tradition. Je souligne ici l'esprit d'entrepreneuriat de Pierre-Karl et d'Éric Péladeau qui ont compris comment faire dans les pays étrangers, que ce soit en Asie, en Amérique latine ou en Europe. Le Québécois est devenu un citoyen du monde qui peut comprendre le défi nord-américain tout en comprenant ce qui se passe dans les autres pays.

Qi : Quebecor World a récemment annoncé une stratégie de transformation en cinq points. Cette stratégie a-t-elle été développée pour faire face à l'avenir des communications imprimées ?

TG : Cette stratégie extraordinaire est en place depuis un an déjà au Canada. Il s'agit d'un programme de transformation mondial qui concerne chaque personne de l'entreprise, du président à l'employé. Le premier point sur lequel nous mettons l'accent est la valeur des imprimés pour les clients, en travaillant en amont de la chaîne des valeurs, en imprimant, puis en analysant le succès des imprimés. Le deuxième point porte sur la qualité des gens, soit l'encadrement des bonnes personnes aux bons postes en vue d'une bonne planification de carrière. L'exécution est l'aspect le plus important du programme. Nous voulons créer un environnement orienté sur des objectifs clairs, avec plus de rigueur et de discipline, par le biais de programmes d'amélioration continue désormais obligatoires (Six Sigma, 5S, etc.). Le réoutillage est le quatrième point, déjà mis en œuvre par Pierre-Karl Péladeau, qui insiste sur la planification industrielle. Ce point souligne l'importance de toujours penser aux prochaines étapes d'automatisation et de réduction de coût afin de maintenir notre avantage concurrentiel. Enfin, Quebecor World a conservé l'esprit d'entrepreneur de Pierre Péladeau, et la bonne gestion financière à tous les niveaux de l'entreprise est le cinquième point qui doit faire partie de nos préoccupations quotidiennes.

Cette stratégie en cinq points est un facteur de ralliement au sein de notre entreprise. La communication est importante, et je me suis déplacé en compagnie d'autres cadres de Quebecor World Canada afin de rencontrer nos 4 500 employés et de leur présenter notre stratégie de transformation. ■■

FB

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

La segmentation,

outil de pilotage stratégique

Sur la scène graphique, les salons d'automne sont nombreux. Ils attirent habituellement une foule considérable d'exposants et de visiteurs. L'automne 2007 est cependant particulier, c'est la saison pré-drupa. Par conséquent, de nombreux imprimeurs et professionnels de la chaîne graphique hésitent à délier les cordons de la bourse, préférant attendre afin d'économiser pour la grande fête mondiale de l'imprimerie à Düsseldorf, en juin 2008.

Le rassemblement de la drupa se prépare longtemps d'avance, tant du côté des exposants que de celui des visiteurs. Les exposants qui installeront leurs machines et gros matériels réservent, pour la plupart, leur énergie pour le super événement mondial. Les visiteurs, composés d'individus, de compagnies, d'écoles et de groupements, consacreront majoritairement leur budget de déplacement à la plus grande exposition du monde, qui a lieu tous les quatre ans. Étant donné que l'industrie graphique est désormais mondiale, les échanges commerciaux se négociant partout dans le monde, les professionnels de la chaîne graphique peuvent se renseigner sur les offres de pays d'Asie, d'Australasie, d'Inde, d'Europe de l'Est et de celles des fournisseurs de marchés plus traditionnels pour nous, soit les Amériques, l'Europe de l'Ouest et la Scandinavie.

Les décisions d'investissement sont même en attente. Un imprimeur qui est prêt à acheter une presse nous a indiqué qu'il attendrait la drupa avant d'engager des fonds. Une attente de quelques mois lui permettra de voir réellement l'offre mondiale et d'assister à plusieurs démonstrations.

L'attente qui précède n'est pas moins nourrie d'innovations par les concepteurs et fabricants, et d'anticipations par les visiteurs. Les salons d'automne continuent néanmoins de se tenir, accueillant des exposants remplis de promesses et empressés de montrer leurs produits existants. Ne nous méprenons pas, les innovations ne sont pas au point zéro durant quelques mois. Elles font leur apparition selon un mouvement lento, andante et allegretto, pour culminer, prestissimo, en juin. Les autres expositions sont plus localisées (proches de leur clientèle locale), permettant aux visiteurs qui ne peuvent s'offrir un déplacement de rencontrer les fabricants et de voir les produits de visu.

Quelle que soit leur envergure, les différents salons témoignent de l'énergie consacrée à la recherche-développement. De récents développements sont également à l'origine de nouveaux marchés. Des créneaux qui n'étaient que des tendances il y a peu de temps encore se sont creusé une niche bien à eux.

Et la segmentation dans tout cela ?

Elle a lieu en arrière-plan, sur le mode d'attraction commerciale. En effet, comment les fournisseurs et fabricants atteignent-ils leurs clients, ceux qui recherchent un produit ou ceux qui ne savent pas qu'ils en recherchent un ?

La segmentation est née de la motivation suscitée par les occasions commerciales. Elle est un outil de pilotage stratégique, bien ancrée dans la réalité des imprimeurs et des professionnels qui l'entourent.

La personnalisation n'est pas uniquement imprimée. Elle s'applique aux marchés en tentant de faire ressortir les besoins de l'industrie. En segmentant de plus en plus finement les besoins ou motivations du milieu, les concepteurs et fabricants recueillent des données factuelles réelles qui permettent d'identifier les aires de développement de nouveaux produits.

Nous sommes donc tous partis du développement d'innovations dans notre industrie !

France Brodeur

Québec Imprimerie
Le magazine des professionnels de la chaîne graphique

RÉDACTION EN CHEF
France Brodeur
francebrodeur@qi-quebecimprimerie.com

DIRECTION ARTISTIQUE ET PRODUCTION
Sylvie Veillette
sylvieveillette@qi-quebecimprimerie.com

COLLABORATION
Charles Allain
Christian Barbe
France Baril
André Dion
Lynn Gauthier
James E. Harvey
Denise Lagonière
Karine Lapointe
Azim Mandjee
Jessen Roberge
Abhay Sharma
Hélène Simard
Valériane Vigne

CORRECTION D'ÉPREUVES
Amélie Cusson

IMPRESSION
Institut des communications graphiques du Québec

PUBLICITÉ
Julie Dugré, Merlicom
514-935-3830 poste 233
jdugre@merlicom.com

DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL
Nycole Messier
514-543-5666
nycolemessier@qi-quebecimprimerie.com

ABONNEMENT EN LIGNE
www.qi-quebecimprimerie.com

Qi – Québec Imprimerie est publié six fois par année

Éditeur : Les Éditions FBcube
C.P. Marquette 37302
Montréal (Québec) H2E 3B5 CANADA

Imprimé sur papier
Couverture Cornwall
8 pt C2C

Papier Coast

Toute reproduction, représentation, traduction ou adaptation intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, est interdite sans l'autorisation écrite des Éditions FBcube.
© 2007 Éditions FBcube – Tous droits réservés.

Dépôt légal – 3e trimestre
Bibliothèque nationale du Canada
ISSN : 1911-2106
Société canadienne des postes – Envoi de publication convention numéro 41358512
Adresse de retour, C.P. Marquette 37302,
Montréal (Québec) H2E 3B5

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Pour diffuser vos nouveautés, vos informations, vos actualités
Une seule adresse
redaction@qi-quebecimprimerie.com

Vous êtes fabricant, concepteur, constructeur...
Vous êtes imprimeur, photograveur, relieur...
Faites-vous connaître
redaction@qi-quebecimprimerie.com

Vous exercez un métier graphique et vous avez des questions ?
Contactez-nous
redaction@qi-quebecimprimerie.com

Vous êtes un professionnel de la chaîne graphique ?
Partagez vos connaissances, trucs et astuces
redaction@qi-quebecimprimerie.com

Les communications imprimées vous passionnent ?
Dites-le nous
redaction@qi-quebecimprimerie.com

Les questions de santé et sécurité dans l'environnement graphique vous préoccupent ?
Le papier et les supports d'impression sont au cœur de votre quotidien ?
Les flux de production, l'intégration, les accessoires de presse sont votre spécialité ?
Votre magazine Qi est votre organe de diffusion
Écrivez-nous
redaction@qi-quebecimprimerie.com

www.qi-quebecimprimerie.com

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

La segmentation,
outil de pilotage stratégique

Sur la scène graphique, les salons d'automne sont nombreux. Ils attirent habituellement une foule considérable d'exposants et de visiteurs. L'automne 2007 est cependant particulier, c'est la saison pré-drupa. Par conséquent, de nombreux imprimeurs et professionnels de la chaîne graphique hésitent à délier les cordons de la bourse, préférant attendre afin d'économiser pour la grande fête mondiale de l'imprimerie à Düsseldorf, en juin 2008.

Le rassemblement de la drupa se prépare longtemps d'avance, tant du côté des exposants que de celui des visiteurs. Les exposants qui installeront leurs machines et gros matériels réservent, pour la plupart, leur énergie pour le super événement mondial. Les visiteurs, composés d'individus, de compagnies, d'écoles et de groupements, consacreront majoritairement leur budget de déplacement à la plus grande exposition du monde, qui a lieu tous les quatre ans. Étant donné que l'industrie graphique est désormais mondiale, les échanges commerciaux se négociant partout dans le monde, les professionnels de la chaîne graphique peuvent se renseigner sur les offres de pays d'Asie, d'Australasie, d'Inde, d'Europe de l'Est et de celles des fournisseurs de marchés plus traditionnels pour nous, soit les Amériques, l'Europe de l'Ouest et la Scandinavie.

Les décisions d'investissement sont même en attente. Un imprimeur qui est prêt à acheter une presse nous a indiqué qu'il attendrait la drupa avant d'engager des fonds. Une attente de quelques mois lui permettra de voir réellement l'offre mondiale et d'assister à plusieurs démonstrations.

L'attente qui précède n'est pas moins nourrie d'innovations par les concepteurs et fabricants, et d'anticipations par les visiteurs. Les salons d'automne continuent néanmoins de se tenir, accueillant des exposants remplis de promesses et empressés de montrer leurs produits existants. Ne nous méprenons pas, les innovations ne sont pas au point zéro durant quelques mois. Elles font leur apparition selon un mouvement lento, andante et allegretto, pour culminer, prestissimo, en juin. Les autres expositions sont plus localisées (proches de leur clientèle locale), permettant aux visiteurs qui ne peuvent s'offrir un déplacement de rencontrer les fabricants et de voir les produits de visu.

Quelle que soit leur envergure, les différents salons témoignent de l'énergie consacrée à la recherche-développement. De récents développements sont également à l'origine de nouveaux marchés. Des créneaux qui n'étaient que des tendances il y a peu de temps encore se sont creusé une niche bien à eux.

Et la segmentation dans tout cela ?

Elle a lieu en arrière-plan, sur le mode d'attraction commerciale. En effet, comment les fournisseurs et fabricants atteignent-ils leurs clients, ceux qui recherchent un produit ou ceux qui ne savent pas qu'ils en recherchent un ?

La segmentation est née de la motivation suscitée par les occasions commerciales. Elle est un outil de pilotage stratégique, bien ancrée dans la réalité des imprimeurs et des professionnels qui l'entourent.

La personnalisation n'est pas uniquement imprimée. Elle s'applique aux marchés en tentant de faire ressortir les besoins de l'industrie. En segmentant de plus en plus finement les besoins ou motivations du milieu, les concepteurs et fabricants recueillent des données factuelles réelles qui permettent d'identifier les aires de développement de nouveaux produits.

Nous sommes donc tous partis du développement d'innovations dans notre industrie !

France Brodeur

Québec Imprimerie
Le magazine des professionnels de la chaîne graphique

RÉDACTION EN CHEF
France Brodeur
francebrodeur@qi-quebecimprimerie.com

DIRECTION ARTISTIQUE ET PRODUCTION
Sylvie Vellette
sylvievellette@qi-quebecimprimerie.com

COLLABORATION
Charles Allain
Christian Barbe
France Baril
André Dion
Lynn Gauthier
James E. Harvey
Denise Lagarière
Karine Lapointe
Azim Mandjee
Jessen Roberge
Ashay Sharma
Hélène Simard
Valériane Vigne

CORRECTION D'ÉPREUVES
Amélie Cusson

IMPRESSION
Institut des communications graphiques du Québec

PUBLICITÉ
Julie Dugré, Merli.com
514-935-3810 poste 231
jdugre@merlicom.com

DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL
Nycole Messier
514-543-5666
nycolemessier@qi-quebecimprimerie.com

ABONNEMENT EN LIGNE
www.qi-quebecimprimerie.com

Qi – Québec Imprimerie est publié six fois par année

Éditeur : Les Éditions l'Écuba
C.P. Marquette 37302

Imprimé sur papier
Couverture Cornwall
8 pt C2C
Paper Coast

Montréal (Québec) H2E 3B5 CANADA

Toute reproduction, représentation, traduction ou adaptation intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, est interdite sans l'autorisation écrite des Éditions l'Écuba.
© 2007 Éditions l'Écuba – Tous droits réservés.

Dépôt légal – 3e trimestre
Bibliothèque nationale du Canada
ISSN : 1911-2106
Société canadienne des postes – Envoi de publication convention numéro 41358512
Adresse de retour : C.P. Marquette 37302, Montréal (Québec) H2E 3B5

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

« Pour pouvoir assimiler tous les changements, il faut non seulement une grande ouverture, mais conserver aussi la passion des artisans. »

Alain Doutre

Transcontinental Litho Acme

Courts tirages **haut de gamme**

L'accent poussé mis à l'étape du prépresse, le bien-être des employés et la dernière technologie d'impression sont les trois piliers de performance de Transcontinental Litho Acme, lauréate du Gutenberg Communications d'entreprise 2007.

Fondée en 1963, Transcontinental Litho Acme s'est d'abord spécialisée dans le prépresse. Ce n'est qu'en 1985 qu'elle devient une imprimerie offset équipée de presses à feuilles. Acquise par le réseau Transcontinental en 1993, c'est encore dans ce créneau que l'entreprise se distingue.

Le duo qualité et rapidité

Depuis quelques mois, Transcontinental Litho Acme s'est lancée dans une complète réorganisation de son flux de production afin d'optimiser le déroulement des opérations et d'améliorer l'environnement de travail pour ses 150 employés. « Nous sommes en train de déplacer les équipements, notamment pour loger la nouvelle Heidelberg Speedmaster XL-105, qui nous sera livrée en octobre 2007 », explique Alain Doutre, directeur général de Transcontinental Litho Acme.

Alain Doutre, directeur général de Transcontinental Litho Acme

Permettant des mises en train ultra-rapides, la nouvelle presse offset feuilles attendue cet automne permettra encore une fois de hausser la qualité d'impression tout en étant en mesure d'imprimer 18 000 feuilles à l'heure. « Nous pouvions jusqu'à maintenant imprimer jusqu'à 10 000 feuilles à l'heure, c'est donc un saut quantitatif important pour nous », ajoute Alain Doutre.

L'imprimerie est complètement intégrée et offre tous les services, du prépresse à la finition et à la livraison. Son parc de presses entièrement composé de presses à feuilles équipées de modules de vernissage aqueux peut imprimer jusqu'à six couleurs.

Rapidité n'exclut toutefois pas la qualité. Transcontinental Litho Acme se destine essentiellement à l'impression de documents haut de gamme, comme les brochures de prestige présentant les nouveaux avions de Bombardier ou encore des catalogues d'institutions muséales ou de galeries d'art. « Ce sont des clients extrêmement exigeants qui nous font confiance », commente Alain Doutre. « Contrairement à beaucoup d'autres acteurs de l'industrie, nous avons conservé les numériseurs à tambour pour effectuer des séparations de couleurs très précises. Nos spécialistes sont en mesure de maintenir à niveau ces équipements, de les garder en bon état de fonctionner et d'obtenir des rendus inégalés, une expertise qui se raréfie dans le milieu de

(suite à la page 8)

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

L'IMPRIMERIE GIBRALTAR S'IMPLANTE DANS LE MARCHÉ DE L'IMPRESSION NUMÉRIQUE AVEC UNE PRESSE HP INDIGO 5000

Imprimerie Gibraltar installe une presse HP Indigo 5000.
De gauche à droite : André Paré, Geneviève Prévost, André Prévost.

Située à Laval, au Québec, l'imprimerie Gibraltar exerce ses activités au niveau commercial depuis 1953. Desservant une clientèle diversifiée dans les secteurs de la fabrication, de la mode, de la construction et de l'industrie pharmaceutique, elle se spécialise dans la production de dépliants, brochures, rapports annuels et catalogues. L'imprimerie Gibraltar est réputée pour la grande qualité de ses travaux offset et vient d'entrer sur le marché de l'impression numérique avec l'achat d'une presse HP Indigo 5000 six couleurs.

« Nous savions que le marché numérique était la voie de l'avenir », affirme Geneviève Prévost, présidente de l'imprimerie Gibraltar. « Avec la presse HP Indigo 5000, nous pouvons désormais offrir davantage à nos clients en assurant le niveau de qualité auquel ils ont toujours été habitués. »

L'imprimerie Gibraltar a effectué des recherches approfondies sur le marché et les technologies de l'impression numérique avant de choisir la presse HP Indigo 5000.

« L'imprimerie Gibraltar réalise de nombreux travaux de très haute qualité en offset. Nous ne voulions pas acquérir une imprimante numérique incapable d'égaler la qualité que nous produisons actuellement, souligne Geneviève Prévost. Nous avons cherché longtemps avant de trouver une imprimante numérique qui offrait une qualité d'image identique et nous l'avons trouvée chez HP. »

L'imprimerie Gibraltar peut maintenant réaliser des projets impossibles à entreprendre à l'interne avant l'installation de la presse HP Indigo 5000. Elle devait sous-traiter tous ses projets numériques, puisqu'elle n'avait que des presses offset sur place.

L'imprimerie Gibraltar peut maintenant offrir à ses clients divers niveaux de travaux sur mesure, une qualité élevée et un délai d'exécution plus court. La possibilité d'effectuer toutes les étapes des travaux des clients à l'interne lui permet d'exercer un contrôle total sur la qualité des projets, du début à la fin, et ses clients sont ravis des résultats.

En plus des travaux sur mesure, l'imprimerie Gibraltar peut maintenant imprimer des petits tirages qui n'étaient pas rentables avant l'installation de la presse numérique. L'imprimerie Gibraltar produit ainsi des tirages de 50 à 500 volumes pour une maison d'édition. Ces travaux représentent de nouvelles opportunités pour l'imprimerie Gibraltar et un secteur d'activités qu'elle compte développer. Elle s'intéresse également aux applications « web-to-print », un autre marché en pleine croissance de l'impression numérique.

Avec une équipe de 40 employés très dévoués et compétents, une presse numérique HP Indigo 5000 six couleurs et de nouveaux clients qui arrivent, l'imprimerie Gibraltar est très bien placée pour augmenter ses activités d'impression numérique et, avec HP, à maintenir sa réputation pour la haute qualité de ses travaux.

« HP est vraiment à l'écoute de nos besoins et nous a aidés à aller vers le marché numérique. HP est devenue un véritable partenaire », affirme Geneviève Prévost.

Pour en savoir davantage sur les presses numériques HP, visitez le site Web **www.hp.ca**

Pour en savoir davantage sur l'imprimerie Gibraltar, visitez le site Web **www.gibraltar-inc.com**

© 2007 Hewlett-Packard Development Company, L.P.

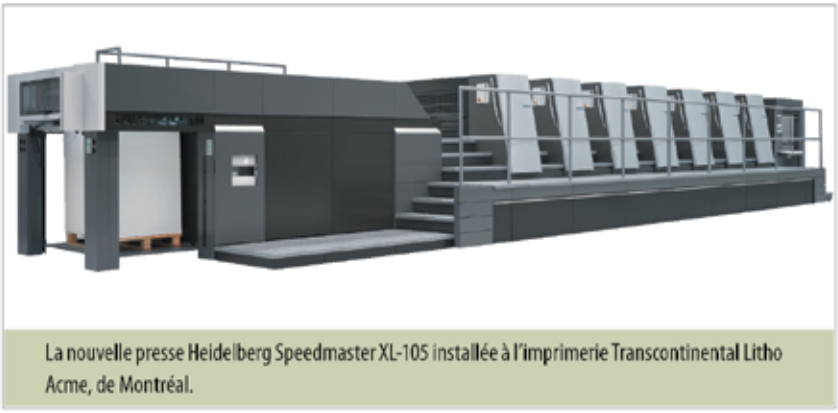
Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

(suite de la page 6)

l'imprimerie. » Cette stratégie a fait ses preuves, puisque l'entreprise a mérité le Gutenberg Communications d'entreprise en 2007.

L'adaptation essentielle

Dans un marché en consolidation tel celui de l'imprimerie, la situation actuelle évolue rapidement. « Les nouvelles technologies comme Internet ont évidemment eu un impact sur les besoins en documents imprimés, alors que l'impression numérique répond de plus en plus au créneau des très courts tirages en couleurs autrefois inabordables », estime Alain Doutre. « À moyen terme, soit dans deux ou trois ans, les entreprises qui auront pu passer au travers et se positionner dans ces marchés jouiront d'une certaine stabilité. »



La nouvelle presse Heidelberg Speedmaster XL-105 installée à l'imprimerie Transcontinental Litho Acme, de Montréal.

Les clients de Transcontinental Litho Acme proviennent en grande partie du milieu de la publicité et des communications : des clients qui s'attendent à des normes de qualité extrêmement élevées à prix très concurrentiels et dans des délais très courts. « Le monde de l'imprimerie évolue constamment, et il faut savoir s'adapter aux besoins », fait valoir Alain Doutre. « Pour pouvoir assimiler tous ces changements, il faut non seulement une grande ouverture, mais conserver aussi la passion des artisans. C'est cette passion qui fait toute la différence, et c'est elle qui me fait tant aimer ce métier. » ■■

Charles Allain

POUR FAIRE PROGRESSER VOTRE ENTREPRISE...
Qi - QUÉBEC IMPRIMERIE

- Publié 6 fois l'an avec entrevues et dossiers fouillés
- Rubriques : Innovations Intégration Ingéniosité Image Impression Imprimabilité Internet Investissement... *faites courir votre Imagination*
- Chroniques des 4 groupements graphiques du Québec, affiliés de Qi - Québec imprimerie : AAGM, ASP imprimerie, CSMOCGQ et ICGQ

Assurez-vous de le recevoir :
Inscrivez-vous en ligne à www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.

Québec Imprimerie

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Les **blanchets**

Un intermédiaire qui s'adapte

Dans son rôle d'agent de transfert de l'encre ou du vernis sur le support d'impression, le blanchet doit s'adapter aux nouveaux consommables. La qualité requise dans les communications imprimées exige également un report parfait de l'imprimé.

Un blanchet doit assurer le transfert correct de l'image sur le support d'impression. Il doit reproduire l'image encrée sur la plaque et éliminer les défauts d'impression, en reproduisant le bon engraissement de point, par exemple.

Les plus connus sont destinés à l'impression offset. Le principe même du procédé d'impression incorpore un cylindre-blanchet qui entre en contact avec le cylindre-plaque et reporte l'image de la plaque sur le papier ou autre support d'impression. Il y a en outre des blanchets vernisseurs qui assurent le report du vernis sur un support généralement imprimé. Des blanchets sont également utilisés dans les procédés flexographique et héliographique. Les principaux fabricants de blanchets sont Day International, MacDermid et Reeves.

Il ne suffit pas de dire qu'il y a des blanchets offset. Dans cette catégorie, des blanchets aux caractéristiques spéciales sont conçus pour l'impression sur presse offset feuilles et offset rotative. Dans ces deux sous-catégories, les produits imprimés commanderont un type de blanchet différent, dont les propriétés seront adaptées au support à imprimer. Ceux-ci étant aussi variés que le papier, le carton, le plastique de tout genre ou le métal.

Le rôle du blanchet

Le blanchet est un support intermédiaire élastique composé de multiples couches. Sa composition de caoutchouc, en fait un mélange d'élastomères synthétiques résistant aux huiles, permet d'imprimer des papiers de textures différentes et d'appliquer une pression réduite sur le support d'impression. Le type d'élastomères utilisé influence l'état de surface du blanchet.

Le blanchet est une sorte d'agent double : il prend et il transfère. Le composé de caoutchouc de la surface doit pouvoir absorber la plus grande quantité possible d'encre de la plaque, sans déformer l'image, et la transférer au support d'impression, et ce, à grande vitesse.

Le blanchet transfère donc l'image sur le support grâce aux caractéristiques de la surface, la couche extérieure, ou couche décalcographique, qui se conforme à la plaque puis au papier. Il doit donc s'adapter à l'encre de la plaque et aux propriétés du papier. Il joue également un rôle de barrière afin d'empêcher la solution de mouillage de pénétrer le support d'impression.

La structure

Le blanchet comprend deux parties : la carcasse et la surface. La cacasse est constituée de couches ou de plis, habituellement trois ou quatre, de tissu tissé et traité. Une couche d'élastomère est intercalée entre chaque pli.

Partant de la prémisse qu'une couche superficielle lisse transférera bien les points de trames, mais que le papier pourra coller au blanchet, et qu'une couche rugueuse favorisera le décollement du papier, mais le transfert des points de trame se fera moins bien, les fabricants ont développé une gamme de blanchets afin d'atteindre le bon équilibre.

Le blanchet classique se présente sous forme de rectangle plat et souple prêt à monter sur le cylindre-blanchet. Le blanchet sans gorge, le blanchet tubulaire ou manchon, ainsi que les blanchets sur carcasse métallique font partie des variantes modernes.

Les propriétés

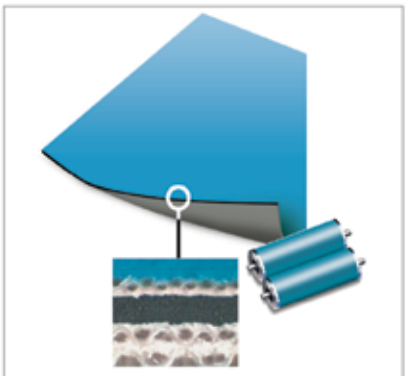
▪La compressibilité

Aujourd'hui, les blanchets compressibles sont majoritairement utilisés. La compressibilité est la capacité de réduction

Le blanchet est une sorte d'agent double : il prend et il transfère.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

du volume du blanchet sous une charge donnée. Une bonne compressibilité prolongera la vie utile du groupe imprimant en évitant les pressions excessives durant l'impression. Elle contribuera au transfert d'encre correct de l'image de la plaque sur le blanchet. La valeur de la pression dépend de variables, dont le type de presse, le papier, l'encre, l'équilibre encre-eau, la vitesse de presse et le type de produit imprimé.



Coupe transversale d'un blanchet compressible MacDermid

Le temps de retour (reprise)

Le temps de retour correspond au temps exigé pour que le blanchet reprenne son épaisseur après avoir subi la pression de l'impression. Cette propriété permet au blanchet de revenir rapidement à son épaisseur d'origine.

La dureté (shore)

Les fabricants de blanchets fournissent toujours une mesure de dureté. Il est possible de mesurer la dureté totale du blanchet et la dureté de sa couche superficielle. Un shoremètre sert à mesurer la compressibilité des matériaux constitutifs du blanchet. La mesure de la dureté superficielle, surtout, influe sur l'homogénéité des aplats et sur la netteté des détails.

L'allongement

L'allongement ou l'étirement d'un blanchet sous la pression dépend de la qualité des matériaux constituant le blanchet. Il faut viser la plus grande stabilité possible afin d'éviter les problèmes de repérage et d'engraissement de point.

Le relâchement

Il s'agit de la vitesse de relâchement, de décollement ou encore de détachement du support imprimé du blanchet. Le blanchet est souvent désigné comme responsable des problèmes à ce chapitre en raison notamment du tack ou du tirant de l'encre, c'est-à-dire de la résistance que l'encre opposera à la séparation.

La vitesse de relâchement d'une presse à feuilles, d'une rotative commerciale et d'une rotative journal est différente. Durant une impression sur presse à feuilles, la feuille de papier est légèrement déformée, ce qui provoque parfois des décalages de repérage ou des placages.

Le blanchet n'est pas le seul coupable des défauts d'impression. En effet, la structure de la plaque, les encres d'impression et la rugosité du papier jouent un rôle important dans la vitesse de relâchement.

Sur une rotative à bobines, en plus du blanchet, les encres, le grammage et le fini du support d'impression, le procédé d'impression, la tension de la bobine, le système de mouillage et de nettoyage des blanchets jouent tous un rôle important dans le relâchement de la laize.

Le fini

Le ponçage est effectué avec du papier abrasif ou tout autre moyen permettant d'éliminer une partie du composé caoutchouteux de la surface. L'opération de ponçage crée une marge de tolérance d'épaisseur du blanchet plus étroite et améliore les caractéristiques de relâchement des feuilles et bobines.

Le débit

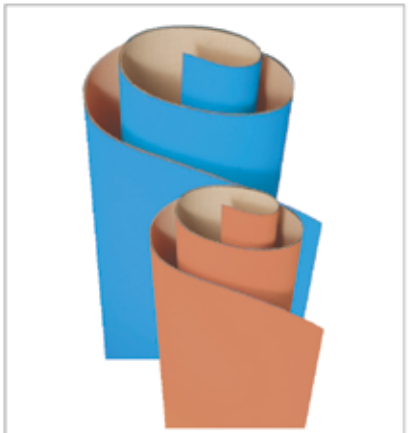
Le débit d'un blanchet décrit le passage de la bande de papier dans une rotative. Un blanchet joue encore une fois un rôle important en raison du motif de sa surface. Ainsi, un blanchet à débit neutre indique que le blanchet a peu d'impact sur la manière dont le papier se déplace en machine. La tension créée sur la bande en mouvement n'est ni relâchée, ni serrée, et toutes les tâches de mise sous tension de la bande sont contrôlées par les commandes de la presse. Par ailleurs, un blanchet à débit positif poussera le papier dans la presse, accélérant son arrivée dans la plieuse, et venant en aide aux commandes de mise sous tension de la presse. Un blanchet à débit positif est apprécié de l'opérateur qui a de la difficulté à contrôler la bande qui a tendance à flotter en machine. Un blanchet à débit négatif, beaucoup plus rare, empêcherait la bande d'atteindre la plieuse.

Le montage sur presse

D'une importance indiscutable, le blanchet ne requiert pas moins des soins minutieux. Certaines précautions doivent être prises avant le montage des blanchets. L'envers et la surface du blanchet doivent être exempts de tout corps étranger et d'impureté. Le moindre corps devient visible sur les imprimés. L'impression produite par un blanchet est influencée par le type d'habillage et son épaisseur. Les habillages en carton et en papier, en polyester adhésif ou non, sont courants. Sous le blanchet, la surface du cylindre doit également être très propre.

Le nettoyage des blanchets s'effectue manuellement avec un chifon sec et un agent de nettoyage, ou automtiquement. Dans cette catégorie, on y retrouve des systèmes à brosses, des applicateurs et des systèmes d'essuyage comme ceux de Baldwin Technologies qui utilisent un rouleau de tissu préimprégné d'un agent de nettoyage. Le but de ces systèmes est d'accélérer et de faciliter les nettoyages et de réduire l'impact environnemental. De tels systèmes conviennent particulièrement aux applications où le peluchage abondant est problématique.

Tous les imprimeurs le disent, la mise sous tension d'un blanchet est une opération cruciale. Sa précision assure la bonne adhérence à la surface du cylindre-blanchet, elle empêche le glissement de l'habillage et évite le déplacement du blanchet durant l'impression.



Les blanchets Day utilisent la technologie de compressibilité Durazone

Une constante adaptation

Les fabricants doivent adapter leurs blanchets aux nouveaux supports papier, plastique et métal. Ils doivent tenir compte des nouvelles compositions des encres et des modes de séchage. En outre, le blanchet doit offrir aux imprimeurs une vie utile allongée, des économies d'encre, une atteinte rapide de l'équilibre encre eau, une qualité d'impression toujours meilleure et une résistance chimique aux solvants, aux encres et aux solutions de mouillage. Comme partie intégrante du processus d'impression, ils doivent participer à la réduction de l'impact environnemental.

FB

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Qi a posé trois questions à deux spécialistes des blanchets

Day

Quelles sont les questions qu'on vous pose le plus souvent ?

La question qu'on me pose le plus souvent est une question à laquelle je ne peux répondre ! Combien de temps dure un blanchet ? Une foule de facteurs entre en jeu, et il est impossible de donner un chiffre. Il suffit de penser à l'environnement de l'imprimerie, aux étapes de montage des blanchets et aux facteurs de risque tels que l'écrasement.

Les blanchets ne sont pas si simples qu'on peut le penser. Ils sont fabriqués selon différentes applications, notamment l'offset feuilles et rotatives, avec et sans sécheur. Day International se spécialise dans les blanchets offset uniquement.

Quelles sont les dernières innovations en matière de blanchets ?

La plus récente innovation porte sur la série de blanchets Day 5000 dotée de la nouvelle technologie brevetée Durazone. Cette technologie de couche compressible offre une résistance beaucoup plus grande qu'une compressibilité standard. Le relâchement du papier est supérieur, tout comme la résistance aux enveloppements sur presse rotative et aux écrasements sur presse à feuilles.

La mise sous tension selon les spécifications du constructeur de presse est extrêmement importante. Le choix d'un blanchet est étroitement lié à la presse. Même si, en règle générale, on peut dire qu'un blanchet Day 5800 convient à l'impression de papier journal, ce n'est pas une vérité de La Palice puisqu'une presse donnée peut utiliser avec plus de succès un blanchet Day 3700, par exemple. Le blanchet est donc personnalisé à la presse.

Après le type de presse, le genre de produit imprimé est l'autre facteur déterminant du choix du blanchet. Plusieurs tests sont nécessaires pour procurer le meilleur engraissement de point. Le type de trame utilisé fera également une différence. Le blanchet sera influencé par la solution de lavage, la solution de mouillage, le type d'encre, la plaque et le papier.

Comment évolueront les blanchets ?

Notre gamme comprend des blanchets pour encres UV et encres classiques. Si un blanchet UV est utilisé, on ne peut réutiliser le même pour une impression avec des encres traditionnelles. Comme la tendance semble s'orienter vers l'utilisation d'encres hybrides, l'évolution des blanchets suivra dans le même sens.

De plus, en impression UV, les solutions de lavage tendent à être plus fortes et font gonfler le blanchet. Par contre, depuis le traité de Kyoto, les solutions de lavage sont majoritairement miscibles à l'eau. En impression UV, le rayonnement des lampes utilisées pour le séchage de l'encre vient frapper les cylindres de chrome, ce qui augmente l'impact sur le blanchet. Plusieurs imprimeurs ont pris l'habitude de peindre en noir les cylindres chromés, et un constructeur de presses à feuilles équipe maintenant ses presses de cylindres noirs.

Il y a 20 ans, une seule règle prévalait : un blanchet lisse pour un papier glacé et un blanchet rugueux pour un papier poreux. Bien que la tradition subsiste encore un peu, cette règle n'existe plus, car des tests démontrent qu'un blanchet lisse peut convenir à l'impression de circulaires et de journaux, par exemple.

Commentaires recueillis auprès de Ronald Banville, directeur des ventes, Québec, pour Day International

MacDermid

Quelles sont les questions qu'on vous pose le plus souvent ?

La plupart des questions et demandes que nous recevons de nos clients tournent autour de la coupe sur le bord du blanchet, du gaufrage, du placage, du meilleur contrôle du repérage et de la qualité d'impression en général.

Nous collaborons étroitement avec nos clients et sommes à l'écoute de leurs besoins afin de développer des produits les mieux adaptés.

Quelles sont les dernières innovations en matière de blanchets ?

Les plus récents ajouts à la gamme de produits de MacDermid sont les blanchets Courier, Cordia et UV-E. Le blanchet Courier résout les problèmes susmentionnés. Il est doté d'une couche compressible de caoutchouc superficielle nouvellement redessinée qui augmente la longévité et la qualité du produit. Le motif de la surface de caoutchouc prévient la coupe des bords et le placage. De plus, sa construction incorpore des tissus innovants afin de réduire la pénétration des produits chimiques utilisés sur presse. Cordia est bâti selon la même technologie que le Courier, la principale différence est que le Courier convient à un débit papier neutre et Cordia à un débit papier positif dans les applications d'impression sur rotative. Courier et Cordia sont offerts en 3 plis (0,0067, 1,70 mm), 4 plis (0,077, 1,92 mm) et sans habillage (0,081 à 0,086, 2,057 mm à 2,2 mm).

Comment évolueront les blanchets ?

Les occasions de croissance se poursuivent sur le marché offset avec l'impression et le vernissage UV. Notre nouveau blanchet UV-E utilise les plus récents mélanges caoutchouc EPDM pour la construction d'un blanchet destiné aux applications d'impression offrant une résistance élevée au gonflement et au marquage, couramment associé à l'utilisation des encres UV.

Le secteur des blanchets de vernissage de MacDermid continue d'évoluer avec le succès du blanchet HCB, en plus de nos blanchets de vernissage traditionnels. La plupart, sinon toutes les installations de presses à feuilles sont équipées de tours de vernissage, de nos jours. HCB est doté d'une construction unique de photopolymère fusionné sur une carcasse de blanchet qui procure à nos clients des résultats similaires à ceux obtenus avec une plaque flexo, à prix beaucoup moindres. HCB comporte une double couche compressible et il est pelable pour les défonces à relief constant. Nos produits RC sont le choix des clients qui recherchent une solution plus économique pour des vernis aqueux et UV. Notre plaque GLX fournit aux imprimeurs un moyen de produire des vernis sélectifs détaillés sur des imprimés, produisant un fini agréable.

Commentaires recueillis auprès de Paul Colona, responsable de produits pour MacDermid Printing Solutions

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Prévisibilité et cohérence

Épreuvage papier ou écran ?

Les systèmes d'épreuves jet d'encre ont la cote du côté des épreuves papier, mais l'épreuvage à l'écran gagne du terrain. Un processus de normalisation est en marche.

« En fin de compte, il est important d'offrir une gamme d'épreuves qui correspond au niveau de qualité recherché par nos clients et à leur confort. »

Luc Villeneuve

Concepteur graphique, propriétaire de marque, atelier de reprographie, imprimerie, agence de communication ou de prépresse, tous produisent des épreuves couleur. L'industrie graphique accorde une grande importance à l'épreuvage. Cette étape du prépresse présente le miroir de ce qui sera imprimé.

L'épreuve sert à vérifier l'exactitude du contenu et de la mise en forme pour pouvoir éventuellement y apporter des modifications. Elle sert également à simuler et à valider les couleurs avant l'impression. Il existe plusieurs types d'épreuves (épreuves noir et blanc pour vérifier les textes et la mise en page, épreuves d'imposition, etc.). L'article ne traite cependant que de l'épreuve la plus critique, l'épreuve contractuelle couleur, qui constitue un sceau d'approbation permettant de procéder au tirage. Ce document ou fichier validé lie le client à l'imprimeur, d'où le nom d'épreuve contractuelle, qui, une fois approuvée, fait office de contrat. Elle servira de référence pour l'impression au moment du tirage.

L'importance des épreuves

Lors de sa dernière conférence, en juin, l'IPA a mis au banc d'essai plus de 64 systèmes d'épreuves afin d'évaluer leur rendu visuel, la colorimétrie, le canal noir (génération du noir), les tons directs. L'accent a été mis sur la correspondance colorimétrique en fonction des normes en vigueur. De nombreux systèmes se sont distingués.

Aujourd'hui, les enjeux des systèmes d'épreuves portent sur la reproduction ou simulation des couleurs (fidélité, équilibre des couleurs, etc.) et la résolution d'impression (finesse des détails, dégradés, etc.). De plus, les supports utilisés sont souvent différents de ceux du tirage, et les procédés d'impression diffèrent toujours du procédé utilisé pour le produit final.

Dans un récent communiqué, Jim Summers, président de GMG Color Amériques, fait observer que : « Cette année, de nombreux systèmes d'épreuves papier se sont bien classés. Il est intéressant de constater que l'industrie marque un progrès soutenu dans la précision des épreuves. » Comment réagissent les imprimeurs à l'importance de l'épreuvage et à l'évolution des systèmes ?

L'imprimerie Solisco - Caractera, avec installations à Québec et à Montréal, est spécialiste du marché commercial sur presses feuilles et sur rotatives. Selon Luc Villeneuve, vice-président Technologies, l'importance de l'épreuvage peut varier selon la clientèle. « Certains marchés sont plus compliqués que d'autres. Par exemple, l'impression d'une circulaire n'exige pas le même niveau de fidélité que l'impression de magazines haut de gamme, de catalogues d'œuvres d'art ou d'échantillons de bois, de vêtements ou de cosmétiques », explique-t-il.

«Chez K2 impressions, nous consacrons beaucoup de temps et d'énergie à peaufiner le système d'épreuves. Notre spécialité, l'imprimé haut de gamme, exige que nous recourrions à ces procédés puisqu'ils nous assurent une grande constance et nous permettent d'obtenir des résultats prévisibles sur presse », dit Réal Cantin, technicien au prépresse, K2 impressions, de Québec.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Luc Villeneuve, vice-président Technologies, Solisco - Caractera

Imprimerie Pazazz, située à Saint-Laurent, accorde également une grande importance à l'épreuvage. « L'épreuvage est particulièrement important pour les travaux commerciaux qui requièrent une définition et une précision des détails, fidèles aux originaux fournis. Pour notre clientèle, les épreuves sont capitales pour la reproduction de la couleur, notamment avec les couleurs du nuancier Pantone », dit le directeur d'usine, Danny Lynch.

La production des épreuves

Les épreuves analogiques Cromalin de Dupont et Matchprint de Kodak, extrêmement répandues il y a encore peu de temps, ont cédé le pas aux épreuves numériques. Les systèmes d'épreuves pilotés par les logiciels produisent des épreuves physiques au moyen de technologie laser, thermique ou jet d'encre. Cette dernière technologie peut être un jet d'encre continu ou de goutte à la demande. Les imprimantes jet d'encre reproduisent un gamut de couleurs suffisamment large pour répondre à l'espace colorimétrique imprimable par les presses modernes. L'exactitude des couleurs ainsi que la répétabilité corrélées au logiciel et au fonctionnement sont désormais très bonnes.

« Chez K2 impressions, deux imprimantes Epson 9800 (8 couleurs) et une imprimante Epson 10600 (6 couleurs) produisent les épreuves physiques qui seront acheminées au client. Ces imprimantes peuvent faire à la fois le « bleu numérique » (imprimé recto / verso, il peut être relié et coupé comme le produit fini) et l'épreuve de presse », dit M. Cantin.

« Nous nous concentrons sur des épreuves produites sur imprimantes à jet d'encre. Ces imprimantes sont stables et offrent maintenant un spectre de couleurs permettant de reproduire 100 % des couleurs imprimables sur nos presses. Comme nous travaillons avec des clients très exigeants, il est nécessaire de fournir des épreuves d'une très grande précision. Nous exerçons un contrôle de la qualité rigoureux au stade de l'épreuvage en vue d'une reproductibilité précise sur presse. Ce processus est vérifié plusieurs fois par jour, voire même page par page, afin de valider constamment l'exactitude du rendu », explique M. Villeneuve.

Il poursuit en faisant observer que : « Nous imprimons dans un environnement changeant, les conditions sont différentes en hiver et en été, l'humidité et la chaleur sont deux facteurs qui influenceront le support d'impression et le jet d'encre, entre autres. Un papier saturé par l'humidité ambiante n'absorbera pas l'encre de la même façon, par exemple. Il est donc capital de contrôler non seulement l'épreuve mais aussi l'environnement et la matière première utilisée afin de demeurer à l'intérieur de nos tolérances. »

M. Villeneuve met l'accent sur un des critères que doit idéalement respecter une épreuve contractuelle : la colorimétrie sur les épreuves doit rester constante. Les autres critères concernent la capacité du système d'épreuves à reproduire le gamut (espace colorimétrique) de la presse et le contrôle de l'intégrité physique des éléments de la page. La majorité des systèmes d'épreuves, pour ne pas dire tous, vérifient ces deux critères. L'impression sur le support final et la reproduction d'une trame identique à celle des plaques utilisent des systèmes d'épreuves plus chers. Selon le secteur d'activité, des compromis peuvent être réalisés sur ces deux derniers points.

Depuis quelques mois, la gamme d'imprimantes grand format Epson Stylus Pro et les encres d'épreuvage UltraChrome K3 sont commercialisées sous la marque :SherpaProof d'Agfa.

Une étape du flux

La solution d'épreuvage virtuel à distance Prinect Remote Access de Heidelberg tire parti de

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

l'automatisation du flux. Le client est informé par courriel lorsque les épreuves sont prêtes à être validées. Prinect Remote Access offre un mode d'approbation à l'écran basé PDF (préRIP) ainsi qu'un mode basé pixel (postRIP). Ce dernier permet une visualisation rapide, la navigation, le zoom et la mesure des couleurs dans les fichiers rastérisés par Prinect Meta Dimension, même si le client ne dispose pas de bande passante haute vitesse. Le mode d'épreuvage à l'écran en mode ROOM de Heidelberg génère des données haute résolution rastérisées qui peuvent être gravées directement sur la plaque.

Imprimante Epson Stylus Pro 9800 avec encres pigmentées 3K

Réal Cantin, technicien au prépresse, K2 impressions

« Notre flux CtP prend en charge les imprimantes Epson. Il s'agit d'un système de gestion de page Rampage de Fujifilm. Contrairement à un flux de type NORM (Normalize Once Rip Many), notre flux est de type ROOM (Rip Once Output Many). Par conséquent, le fichier envoyé aux imageuses est déjà rippé, éliminant le besoin d'installer un RIP à l'entrée de chaque imprimante », précise M. Cantin.

M. Lynch ajoute : « Nous sommes en mesure d'offrir deux types d'épreuves : une épreuve jet d'encre en tons continus à 1 200 lpi sur système Epson 9600 et une épreuve numérique tramée FujiProof à 2 400 lpi, dont les points de trame (linéature) correspondent à la plaque générée par le CtP et son flux Rampage. Ce système permet une reproduction très précise de toutes les couleurs du nuancier Pantone, en plus de présenter l'épreuve sur le support d'impression sélectionné par le client. Selon mon expérience, je peux affirmer que plusieurs clients ont délaissé l'approbation du BaT (bon à tirer, le fameux *OK de presse*) avec ce type d'épreuve, car la qualité fournie établit la confiance du client envers l'imprimeur. »

La gestion de la couleur

Étant donné que la couleur change selon le dispositif qui la reproduit, une bonne gestion des couleurs est essentielle à la reproduction des épreuves. La gestion automatique de la couleur fait appel à des logiciels qui tentent de faire correspondre les conditions colorimétriques de dispositifs tels que les imprimantes et les moniteurs. Les systèmes d'épreuves numériques et les systèmes de gestion de la couleur intègrent des spectrophotomètres

Le système d'épreuves couleur jet d'encre Cromapro XP de DuPont intègre le logiciel de gestion des couleurs Cromanet.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

(voir aussi l'article *Le rendu colorimétrique*, Qi numéro 3, pp. 8-10).

Des sociétés comme TGLC, de Québec, et l'Institut des communications graphiques du Québec (ICGQ) offrent des services de gestion colorimétrique en permettant aux entreprises de créer des profils pour les imprimantes jet d'encre ou laser et moniteurs qui servent à la production d'épreuves. Ils intègrent dans leur démarche les spectrophotomètres X-Rite. De nombreux systèmes, notamment ceux de CGS, GMG, Alwan et bien d'autres, intègrent ces fonctions de manière automatique.

Quelques exemples du marché

La nouvelle génération de systèmes d'épreuvage numérique Kodak Veris inclut un spectrophotomètre en ligne qui exploite la technologie X-Rite. De plus, le logiciel Certified Process vérifie que l'épreuve a été générée conformément à une charte graphique interne ou aux normes couleur en vigueur, notamment celles de la Fogra, du Sicogif et de la PPA.

Le produit de base ProofMaster de PerfectProof est équipé d'un moteur de rendu des couleurs, nColor, pour la conversion des espaces colorimétriques au moyen des profils ICC et DeviceLink afin de garantir une reproduction fidèle couleur.

GMG Color intègre un spectrophotomètre SpectroEye de X-Rite dans sa solution d'épreuvage et de gestion de la couleur ColorProof, certifiée selon les normes Sicogif, Fogra, SWOP, 3DAP et European Initiative.

Les systèmes sont désormais nombreux à simuler la texture des supports et la création de profils ICC ou DeviceLink en interne.

Agfa propose son programme ColorTune Pro, intégré dans son système d'épreuves :SherpaProof, pour compenser automatiquement les différences de gammes de couleurs entre le moniteur, l'imprimante, le système d'épreuves ou la presse. Le système :SherpaProof certifié selon les normes Fogra, SWOP et 3DAP s'intègre dans n'importe quel flux de production prépresse numérique.

« Évidemment, nous avons intégré depuis déjà deux ans, à notre service de prépresse, un logiciel de la gestion de la couleur (Fujifilm Profiler Suite) afin de mieux contrôler et standardiser tous les types d'épreuves internes, en relation avec nos imprimantes et presses numériques et offset », déclare M. Lynch.

Selon M. Cantin: « La gestion de couleur passe par des profils ICC, régulièrement contrôlés et validés. Le flux numérique intègre les paramètres de gain de presse selon la linéature et le type de papier choisi pour l'impression. Sur presse, à l'aide du fichier CIP3 qui accompagne le travail, on est en couleur dès l'instant où les normes GRACoL de densités sont atteintes ».

L'option Certify ! ProofMaster de PerfectProof garantit l'intégrité du contenu et les couleurs des travaux en utilisant les standards internationaux et l'intégration de la technologie Certified PDF. Une autre option, Advanced Color, fournit un contrôle supplémentaire sur les tons directs.

Pour M. Villeneuve, il y aura différents niveaux d'épreuves selon les résultats escomptés. « Nous offrons un degré de fidélité des couleurs qui est très élevé. Nous avons toujours mis en place des processus de contrôle afin de nous assurer que nos standards de qualité sont respectés », ajoute-t-il.

La certification

Tous les systèmes d'épreuves visent la certification aux normes en vigueur. La certification selon le programme IDEAlliance évalue des systèmes complets et non des composantes isolées. Les systèmes évalués comprennent donc un

Le système d'épreuvage numérique Kodak Veris produit des épreuves haute résolution en tons continus.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

logiciel, un dispositif de sortie (imprimante ou moniteur) et le support d'épreuvage.

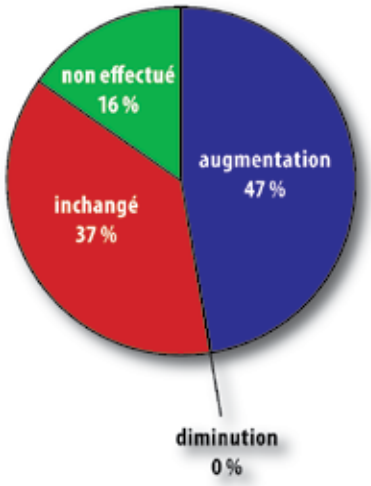
Bien que l'épreuvage certifié SWOP demeure une règle de l'art, les nouveaux flux numériques d'épreuvage ont commandé une refonte des spécifications SWOP. Ainsi, à l'automne 2006, IDEAlliance a lancé un nouveau programme de certification de systèmes d'épreuvage avec des tolérances très strictes.

Les systèmes actuels sont donc tous à la recherche de leur certification.

L'épreuvage en ligne gagne du terrain

Selon le rapport d'Industry Measure (IM) diffusé à l'été 2007, tout près de la moitié des concepteurs graphistes indique que l'épreuvage en ligne comme épreuve contrat a augmenté.

Cette donnée reflète la tendance vers l'épreuvage en ligne annoncée dans un autre rapport d'IM[1]. Selon ce rapport, la précision du rendu colorimétrique et de la reproductibilité, ainsi que



Source : Industry Measure

le travail dans un environnement graphique collaboratif sont des facteurs qui stimuleront l'épreuvage en ligne au cours des prochaines années.

Le graphique précédent indique les tendances de l'épreuvage en ligne entre l'été 2006 et l'été 2007.

Ces chiffres montrent que l'épreuvage en ligne continue de pénétrer le marché graphique, mais il faudra encore un certain temps avant qu'il ne devienne pratique courante. Des agences de publicité ont indiqué qu'elles délaisseraient les épreuves papier par souci d'économie. Il ne serait pas étonnant que d'autres emboîtent le pas. Selon le rapport IM du mois de juillet, la réduction des coûts internes est toujours une préoccupation majeure sur les marchés de la conception et de la production.

L'offre se multiplie

Compose System vient de lancer Visual Proof à Graph Expo. Il s'agit d'une nouvelle génération d'épreuvage à l'écran sur réseau LAN qui s'intègre dans les systèmes de production existants. ProofMaster de PerfectProof offre également une solution d'épreuvage écran sur moniteurs calibrés.

Dalim Dialogue de Dalim Software est un serveur de visualisation et de validation d'images et de pages. Il permet à plusieurs personnes d'accéder en temps réel à des documents originaux haute résolution, en facilitant le cycle d'épreuvage à distance par un simple accès au web. Grâce à la technologie SSL (Secure Sockets Layer), avec cryptage de données de 128 bits, les fichiers ne sont visualisés que par les utilisateurs autorisés à accéder aux répertoires publiés. Pour sa part, Impostrip Proof d'Ultimate Technologies permet de valider les cahiers imposés, PDF ou non, indépendamment du gabarit d'imposition.

Déjà, on observe que l'étape de l'approbation de l'épreuve sur presse semble de plus en plus être reléguée au passé. « L'épreuvage en ligne convient parfaitement à un imprimeur qui a une relation d'affaires avec des clients partenaires, surtout ceux qui sont éloignés et pour qui les temps de production sont restreints. L'approbation des épreuves en ligne procure un volume d'affaires intéressant afin de justifier une plus-value à un gain en productivité », explique M. Lynch.

Danny Lynch, directeur d'usine, Imprimerie Pazazz

« Nous sommes loin de ce marché actuellement, mais ce que j'ai vu au salon de Chicago m'a semblé très intéressant. Pour l'instant, nous retournons nos épreuves numériques à nos clients de l'extérieur, mais compte tenu de la confiance établie avec eux, souvent, ils ne reviennent pas pour approuver le bon à tirer, car ils font totale confiance à la correspondance du rendu de l'épreuve avec la presse. Par conséquent, la qualité et la stabilité de l'épreuve nous font, en ce sens, économiser des frais de transport

1 - The Industry Measure / TrendWatch Graphic Arts. « Publishing Forecast 2007 : The Industry Measure perspective on the challenges and opportunities for the publishing industry in the next 12 months and beyond» Novembre 2006.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

et de mise en train », poursuit M. Lynch.

Selon M. Cantin, les épreuves en ligne servent surtout à l'approbation de corrections d'auteur au niveau du texte. « Notre flux peut générer des images 100 % sécuritaires des pages rippées, imbriquées dans une enveloppe PDF. De cette façon, nous sommes assurés d'une plus grande accessibilité », dit-il.

Selon le concepteur du logiciel d'épreuvage numérique à distance Serendipity Blackmagic, de Serendipity Software, la dernière version comporte des fonctions susceptibles de plaire au marché de l'épreuvage jet d'entre traditionnel. La gamme de périphériques de sortie inclut désormais Epson, Canon série IPF et HP série Z et prend en charge les procédés couleurs Hexachrome et CMJNRVB. Une fonction de visualisation des touches d'encrage avec contrôle des transparences, préréglages avec profils de presse ICC définis par l'utilisateur font partie des récentes innovations.

« Nous avons investi dans le renouvellement de notre système prépresse entier afin d'accélérer et de faciliter le processus de validation des épreuves. De nos jours, certains clients ne veulent pas voir d'épreuves physiques et se contentent d'un système d'épreuves virtuelles pour visualiser leurs travaux », dit M. Villeneuve.

« En fin de compte, il est important d'offrir une gamme d'épreuves qui correspond au niveau de qualité recherché par nos clients et à leur confort. Le but ultime d'une épreuve haut de gamme est de refléter le rendu sur presse. Nos pressiers doivent atteindre rapidement les couleurs des épreuves soumises et acceptées par nos clients », conclut-il.

Standardisation des épreuves

Une fois le document prêt à l'impression, il est nécessaire de pouvoir prédire les couleurs imprimables. Une épreuve envoyée à un imprimeur pourra refléter le véritable rendu de la presse, si l'imprimeur a réalisé ses profils ICC et les a rendus disponibles à ses clients. Une épreuve qui est envoyée à plusieurs imprimeurs ou à un imprimeur inconnu devrait reproduire le rendu d'un procédé d'impression standardisé.

Dans ce deuxième cas, la référence ou cible d'impression (OutputIntent) du format PDF/X pourrait être utilisé comme espace (profil ICC) source pour gérer colorimétriquement la sortie des épreuves.

Le choix de l'espace de sortie du PDF/X est, par conséquent, déterminant pour obtenir des épreuves justes et des impressions de qualité correspondantes aux épreuves.

Grâce aux systèmes basés sur les profils ICC, il est possible d'obtenir des épreuves d'une grande qualité à des prix relativement faibles avec des imprimantes et des logiciels à faible coût.

Pour s'assurer que l'épreuve est dans les tolérances, l'opérateur peut la mesurer, la valider et la certifier à l'aide d'une barre de contrôle et d'une procédure de production et de test.

Après plusieurs années de coexistence de certifications nationales, notamment SWOP (États-Unis), PPA (Grande-Bretagne), SICOGIF (France) et d'autres encore, la certification ISO-12647 s'est imposée lentement mais sûrement sur le plan international. La nouvelle norme ISO-12647/7, actuellement en version FDIS (Final Draft), ainsi que la gamme de contrôle UGRA/Fogra MediaWedge sont ainsi devenues aujourd'hui la référence des constructeurs et des utilisateurs pour la certification de systèmes d'épreuvage et d'épreuves dans le monde.

Élie Koury, président
Alwan Color

EFI Colorproof XF s'adresse aux imprimantes hybrides, commerciales et numériques. Le logiciel prend en charge la dernière version de la charte UGRA/Fogra Media Wedge v2.2.

Au final, l'importance de l'épreuvage se résume à ce que le client n'ait pas de surprise. Chaque partie assume ses responsabilités. Le client sait donc à quoi s'attendre, et l'imprimeur sait ce qu'il doit reproduire. ■■

FB

Merci à Alice Vermeulin et à Valériane Vigne, de l'ICGQ, pour leur relecture attentive.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Pourquoi changer?

- ✓ Fiabilité
- ✓ Durabilité
- ✓ Économie
- ✓ Soutien

La façon intelligente d'aller sur presse.

VOICI 4 EXCELLENTES RAISONS de faire équipe avec le groupe de services techniques et professionnels le plus important au Canada et d'en faire profiter votre compagnie au maximum.

EXAMINEZ QUELS SONT vos CHOIX EN MATIÈRE DE PLAQUES DE REMPLACEMENT.
Grâce à des efforts d'envergure mondiale en recherche et en développement, et appuyée par une équipe de soutien technique sans pareil, Fuji vous offre des plaques hautement performantes, que ce soit les nouvelles plaques CTP sans traitement, les plaques violettes ou thermiques. Par exemple:

Plaque thermique Brillia PRO-T:
Une solution « sans traitement »,« sans compromis ». Une plaque exceptionnelle 20 microns/300 lignes qui permet jusqu'à 100 000 impressions à l'aide de la technologie « traitement-sur-presse » de Fujifilm.

Plaque thermique numérique LH-PJ:
Nouvelle génération de plaques CTP haute sensibilité utilisant la technologie brevetée MultiGrain de Fujifilm, pour de plus longs tirages et une meilleure résistance au graissage. La plaque LH-PJ est une plaque « sans cuisson »,« sans four » de 300 000 impressions qui est compatible à l'impression de10 microns.

Combinée au processeur **FLH-Z** unique de Fujifilm, la plaque LH-PJ vous offre 2 000 mètres² d'impression ou deux mois de traitement sans changement de chimies (En d'autres mots, 2 200 – plaques 40"). Pas de four, moins de changements de chimies, donc moins d'entretien et frais d'exploitation réduits.

Veuillez communiquer avec Fujifilm pour déterminer quelle plaque vous convient le mieux.

Pour plus d'informations, veuillez visiter
www.fujigraphics.com ou appeler
1 800 263-5018

FIEZ-VOUS À **DES EXPERTS**

FUJIFILM

QUÉBEC · MONTRÉAL · OTTAWA · TORONTO · LONDON · WINNIPEG · CALGARY · EDMONTON · VANCOUVER

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Canada – **pays en émergence**

Les importations extraterritoriales

Après avoir discuté de l'augmentation des demandes d'informations sur les transferts de travaux vers la Chine et d'autres pays en émergence, tels que l'Inde ou le Mexique, cet article porte plus particulièrement sur les importations extraterritoriales.

C'est seulement au cours des dernières années que l'industrie de l'imprimerie a commencé sa mondialisation. Traditionnellement, l'imprimerie était, au mieux, un produit régional, avec des éditeurs et autres acheteurs d'imprimerie s'approvisionnant auprès d'entreprises à l'intérieur de leur propre pays ou région géographique près de chez eux.

Latine. Selon l'Étude réalisée par la Pira*, la part de marché devrait s'établir aux environs de 0,8 % en 2010, par rapport 0,3 % en 2005.

Tout le marché sera cependant largement dominé par la Chine où il y a 160 000 imprimeries employant trois millions de personnes. De ce nombre, uniquement 4,4 % appartiennent à l'état et 18 % sont contrôlées par des actionnaires de l'extérieur.

Prévisions des importations extraterritoriales d'ici 2015 en Amérique du Nord

Secteur d'imprimerie	2005 impression extraterritoriale	2005 % demande totale	scénario 2015 impression extraterritoriale	scénario 2015 % demande totale	% chang. 2005-15	Taux actuariel
Livres / rapports brochures	857,7	7,7	2 109,1	17,3	145,9	9,4
Promotion et travaux commerciaux	429,3	0,6	702,6	0,9	63,7	5,0
Autres imprimés et services	10,9	0,5	16,1	0,6	47,4	4,0
Total	**1 297,9**	**2,2**	**2 827,8**	**3,0**	**117,9**	**8,1**

Valeur en millions d'euros

Note de Pira International : les totaux ne correspondent pas à la somme des chiffres, ceux-ci ayant été arrondis.

Source : Pira International Ltd

Cependant, la situation est maintenant en train d'évoluer rapidement : que l'on regarde des entreprises telles que RR Donnelly, Quebecor World ou Bertlesman qui ont développé une présence mondiale ou d'autres, comme Transcontinental, qui a des antennes au Mexique.

RR Donnelly et Avery Dennison ont investi de façon majeure en Chine au cours des dernières années. La Chine possède la quatrième industrie de l'imprimerie en importance au monde après les États-Unis, le Japon et l'Allemagne.

Nous assistons également à une croissance des importations d'Amérique

Malgré une modernisation considérable au cours des dernières années, et bien que les plus grandes entreprises soient mieux outillées, il y existe encore un écart technologique entre la Chine et l'Ouest. Il n'en demeure pas moins que les importations de services d'impression iront en augmentant. ■■

André Dion

Prévisions du volume des importations extraterritoriales par région

Région	Taux actuariel (%) 2005 - 2010 Marché total imprimerie	Importations totales extraterritoriales
Europe de l'Ouest	2,2 %	8,7 %
Europe de l'Est	4,2 %	7,8 %
Total Europe	2,3 %	8,7 %
Amérique du Nord	2,2 %	8,4 %
Total	**2,2 %**	**8,4 %**

Source : Pira International Ltd

**Les données de cet article proviennent de l'Étude « The Future of Offshore and Nearshore Printing » réalisée par la PIRA et publiée en décembre 2006. Les membres de l'ICGQ peuvent consulter sur demande l'étude complète.*

La compétition est devenue une affaire mondiale en imprimerie.

INSTITUT DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES DU QUÉBEC

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Le JDF expliqué

2e partie

Ce second article sur la technologie JDF examine le volet pratique portant sur la création, le montage et l'imposition. Le test JDF décrit ci-dessous a été effectué durant la conférence technique de l'IPA, à Chicago, en juin dernier.

Des spécifications arbitraires relatives aux pages précises à imposer ont été fournies dans le fichier JDF.

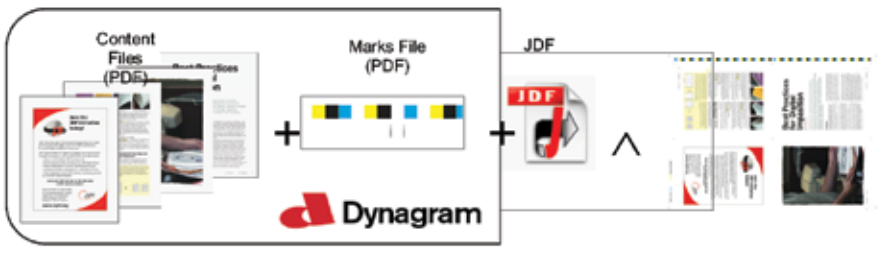
Un test JDF a mis à l'épreuve sept systèmes de flux de production compatibles JDF. Ces derniers ont utilisé et imposé des fichiers qui avaient été préalablement produits par un autre système compatible JDF. Les fichiers de contenu fournis pour chacun des systèmes étaient identiques, et les sept systèmes ont parfaitement fonctionné. Néanmoins, les résultats obtenus sont différents. Comment cela est-il possible ?

Contexte du déroulement du test

Chaque produit a correctement effectué le groupement des pages, la rotation, le positionnement des repères, etc. Chacune des tâches d'imposition qui devait être réalisée l'a été. Des spécifications arbitraires relatives aux pages précises à imposer ont également été fournies dans le fichier JDF. Cependant, aucun des systèmes ne s'est fait prendre au jeu, sauf pour une spécification.

Voici, brièvement, comment le test s'est déroulé. Le produit certifié JDF DynaStrip 4.5.2 de Dynagram a servi à créer un fichier test d'imposition, produit automatiquement en une sortie JDF. L'imposition originale est une page composite comprenant du contenu, issu d'un fichier PDF de 24 pages, et des marques de repérage et barres de contrôle, provenant d'un autre fichier PDF. Les fichiers PDF devaient être combinés et imposés selon les instructions fournies, uniquement sous forme JDF.

Le fichier JDF généré par DynaStrip indiquait de placer uniquement les pages 4 à 11 du fichier PDF de contenu dans l'imposition, soit huit pages au total. Cinq produits ont suivi la consigne et imposé les pages centrales 4 à 11, et deux ne s'y sont pas conformés en imposant les huit premières pages.



La conférence technique IPA a testé la capacité des produits à construire une imposition à partir de fichiers sources de contenus et de repères, en utilisant uniquement des instructions JDF.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Cet exemple pratique montre les avancées du format JDF dans la chaîne graphique. Le format demeurant encore flou pour les professionnels de la chaîne graphique, le test montre une application concrète du JDF. Il s'agit d'un pas de plus vers l'automatisation. Pour plus d'informations sur le JDF, consultez le site de l'organisation CIP4 : www.cip4.org.

Les résultats

À l'examen des résultats, on a constaté que les systèmes qui n'avaient pas imposé les bonnes pages étaient destinés à des imprimeurs commerciaux. Les personnes qui avaient effectué les tests en utilisant ces systèmes avaient soumis manuellement les fichiers PDF au système d'imposition. Dans ces deux cas, les systèmes ont commencé avec la première page du fichier PDF pour exécuter l'imposition des huit pages selon les instructions du fichier JDF et n'ont pas traité les pages restantes. Est-ce mauvais ? Non. Tout dépend du flux.

De nombreux imprimeurs commerciaux regroupent les travaux de différents clients pour optimiser l'impression sur un même papier. Dans leur flux, il est entendu que tous les documents prêts à imposer ont été vérifiés au prépresse et qu'aucune page erronée n'a été transmise. Les imprimeurs souhaitent donc sélectionner uniquement des documents provenant d'une file et les déposer dans le système d'imposition afin d'insérer le plus de travaux possible dans un modèle d'imposition.

La sélection de pages spécifiques à partir de séquences différentes convient parfaitement à des flux de production de magazines, où les annonces et le contenu rédactionnel peuvent provenir de différentes sources et être assemblés par l'imprimeur à la production. Par conséquent, le flux destiné à l'impression commerciale et le flux destiné à l'impression de magazines sont tous les deux logiques dans le contexte du travail à réaliser. Les deux ensembles de résultats étaient « bons » selon l'interprétation des instructions par l'opérateur, mais les résultats étaient différents.

Les sept systèmes de flux évalués dans le cadre de ce test étaient : Agfa ApogeeX 3.5, Artwork Systems Odystar 2.6.2, Beijing Founder ElecRoc avec EagleProof v4.0, CGS ColorTuner 5.3 avec TrueFlow 3.0, DALi Prin-tempo Mistral 2.1, Heidelberg Print-Ready 3.0 et Fujifilm Rampage 10.4.

Pour plus de détails et l'analyse complète, consulter le document IPA Round-UP White Paper, www.ipa.org/roundup. ▪▪

James E. Harvey, directeur exécutif de l'organisation CIP4
et
Abhay Sharma, Ph.D., titulaire de chaire, School of Graphic Communications Management, Ryerson University

Epson restaure un empereur russe

Après 90 ans, les images du dernier empereur russe, le tsar Nicolas II, réapparaissent en Russie. Utilisant des technologies innovantes de numérisation et d'impression, Epson a restauré les précieuses photos historiques du tsar Nicolas II, ainsi que leurs négatifs, pour le Fond culturel russe (FCR).

Après la Révolution de 1917, il était interdit de publier de l'information ou des photos relatives aux empereurs russes dans la nouvelle Russie socialiste. Par conséquent, lorsque les habitants ont immigré et quitté le pays, ils ont emporté avec eux les documents concernant les empereurs russes. En 1953, des dirigeants russes vivant aux États-Unis ont formé le Rodina Fund (le fond de la mère patrie). Leur objectif était de conserver les reliques russes en sécurité et, un jour, de les ramener dans leur mère patrie. Cet objectif s'est finalement concrétisé en 2002. Les documents historiques sont ainsi

FRC - Le Régiment Vyborg sous le tsar Nicolas II reçoit la distinction George Cross.

revenus en Russie, lorsque le Fond Rodina les a remis au FCR.

La collection présentée au FCR comportait d'anciennes photos et des négatifs sur verre des archives personnelles du dernier tsar russe, Nicolas II, photographié à son domicile en compagnie de sa famille. La collection incluait également des photos de soldats russes et des scènes du vieux Moscou. Plusieurs des photos avaient plus de 100 ans et avaient commencé à se détériorer. Il était donc impossible de les afficher. Le FCR a alors contacté Epson pour obtenir son aide et son expertise dans la restauration de photos destinées à l'impression et à l'affichage. Les photos ont donc été numérisées, au moyen du scanneur Epson Perfection V750 Pro, et des fichiers numériques, créés. Le logiciel de restauration a réparé les fichiers numériques et éliminé toute trace de poussière. Les images ont ensuite été imprimées en noir et blanc et en sépia sur l'imprimante Stylus Pro 9800, utilisant l'encre UltraChrome K3. Puis, les photos restaurées ont fait l'objet d'une exposition itinérante sous le thème de Foi et Fidélité.

Selon la conservatrice du RCF, Olga Zemlyakova, les Russes ont de riches traditions de patronage, et les technologies numériques Epson leur donnent un second souffle.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Les réseaux universalisent les échanges

L'informatisation des processus et l'évolution des moyens de communications influencent la production depuis des années. La réseautique, primordiale à l'échange et à la collaboration, joue un rôle central.

Dans la chaîne graphique, la sécurité revêt une importance cruciale dans les relations avec les clients.

La réseautique se définit comme l'interconnexion de plusieurs ordinateurs à l'aide de systèmes de télécommunication. Elle a pour but le partage des données et des ressources ou la simple communication.

Le rôle de la réseautique dans la chaîne de production

En imprimerie, on privilégie trois moyens d'échange :

■Le courriel

Le courriel, également appelé courrier électronique, est un service de correspondance qui utilise un réseau informatique. Dans la chaîne graphique, il sert aux échanges quotidiens relatifs à l'administration et à la coordination et au transfert de petits fichiers.

■Les échanges client / serveur

Cette forme d'échange repose sur le traitement distribué de l'information entre deux ordinateurs reliés à un réseau. Dans ce cas, le partage d'information sur un serveur commun peut être limité aux usagers internes d'une entreprise ou ouvert à l'externe.

Ce type d'installation sert principalement au partage de gros documents et à la collaboration immédiate. Un exemple répandu est le site FTP.

Il existe également des systèmes plus sophistiqués qui offrent des interfaces de gestion, de collaboration et de recherche avancée.

Les clients / serveurs sont également des systèmes de gestion de contenu qui permettent de créer des processus automatisés utilisant la réseautique pour augmenter l'efficacité du travail collaboratif et du flux de production. Un système avertissant automatiquement un intervenant lorsque des documents sont déposés à son attention, que ce soit par courriel, SMS (message texte) ou autre, illustre cette forme d'échange.

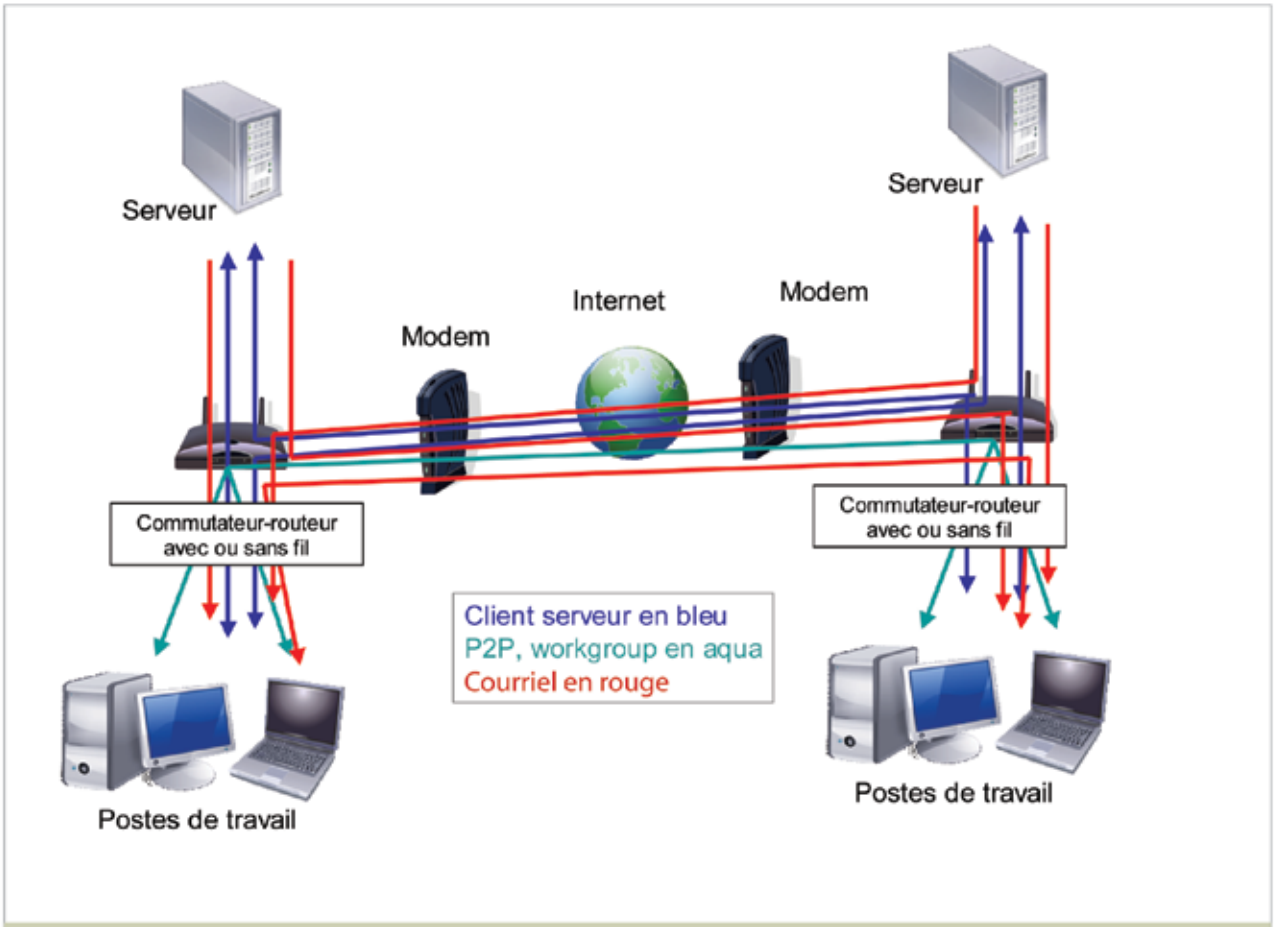
■L'accès pair-à-pair (P2P)

Dans ce type d'échange informatisé, tous les ordinateurs ont les mêmes possibilités de communication et aucun serveur central n'est requis puisque l'échange se fait directement de poste-à-poste. Ce type de réseau est également connu sous les appellations poste-à-poste et d'égal-à-égal.

Les réseaux P2P reposent sur un grand nombre de connexions ad hoc (sans point d'accès prédéfinis) et sont utilisés pour le partage de fichiers numériques. Ils bénéficient de la puissance des ordinateurs et de la bande passante de tous les utilisateurs plutôt que d'un petit nombre de serveurs.

Un exemple populaire de l'utilisation de ce type d'échange est le téléchargement « plus ou moins légal » de fichiers audio-visuels. Il sert également aux jeux en ligne. Dans la chaîne graphique, les utilisateurs de réseaux locaux (LAN) échangent des ressources par l'intermédiaire de dossiers partagés mis à la disposition d'équipes de travail (Workgroups).

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**



Configuration réseau typique. Un commutateur-routeur sert à connecter ensemble les composantes internes d'un réseau et est relié à un modem permettant l'accès à Internet.

Une expérience réseau

Chez Transcontinental, la réseautique s'intègre à presque toutes les étapes de production : de l'acheminement de textes et graphismes à la gestion du prépresse, en passant par la conception et la mise en page.

Selon Pierre Laurin, administrateur en éditique, le succès du déploiement d'un réseau dépend en partie du niveau de connaissance du métier et des outils par les intervenants. « Au tout début de l'informatique, la formation était moins accessible et souvent très onéreuse. Les infographistes, maquettistes et autres intervenants faisaient donc souvent leur propre apprentissage. Cependant, avec l'évolution de la technologie, ces métiers nécessitent, dans bien des cas, plus que la connaissance d'un seul logiciel. C'est la même chose en réseautique, il y a beaucoup d'éléments qui demandent un grand degré de connaissances en fonction des responsabilités de l'individu et du mandat à accomplir. »

M. Laurin indique également qu'il est important d'uniformiser le travail et les moyens d'échange. « L'uniformisation est avantageuse, car elle réduit les efforts et les coûts quand vient le temps d'entretenir et d'améliorer les systèmes en place », dit-il.

Une attention particulière doit être portée à la sécurité afin d'éviter les fuites d'information confidentielle et d'empêcher la corruption de matériel par un individu qui ne devrait pas avoir accès à ce matériel. Dans la chaîne graphique, la sécurité revêt une importance cruciale dans les relations avec les clients et entreprises externes et aussi au sein même de l'entreprise.

La transparence

De nos jours, la réseautique est étroitement liée à la production imprimée. Son intégration transparente rend difficile à imaginer sa disparition. « Impossible de penser à reculer aujourd'hui. Son abolition signifierait de revoir tout l'équipement et toutes les méthodes de travail », dit M. Laurin. En fait, la disparition de la réseautique nous ferait revenir de nombreuses années en arrière. ■■

France Baril

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Trancher une fois pour toutes !

Les massicots automatiques

Aujourd'hui informatisé et ajouté en périphérie de la chaîne d'impression, le massicot permet d'accroître grandement la productivité et la sécurité de l'utilisateur.

Le changement de lame étant une opération dangereuse, les fabricants se sont donc concentrés sur la sécurité.

L'arrivée du massicot automatique, offrant vitesse et précision de coupe, en plus de la capacité de couper de grandes quantités de feuilles à la fois, n'avait rien pour déplaire aux opérateurs d'équipement de façonnage et de finition. Inventé par le Français Guillaume Massicot en 1840, le massicot manuel avait une efficacité certaine, mais il était source de maux de dos chez ses utilisateurs, sans parler des doigts que ce dispositif a malheureusement coûtés pendant plus d'un siècle…

Les massicots modernes sont désormais liés à des logiciels très sophistiqués qui mémorisent les programmes et facilitent le travail de l'opérateur. Ce dernier procède aux réglages et à la gestion des coupes à l'aide d'un écran tactile interactif, qui affiche, entre autres, le sens de rotation du papier sur la table du massicot.

La robotisation des massicots répond aux impératifs modernes de productivité en vue d'un gain de temps de calage, de réduction de gâche et d'augmentation de sécurité.

Le rôle du massicot

Ce dispositif intervient plusieurs fois dans la chaîne de production d'un imprimé. Il permet, dans un premier temps, de tailler le papier au format de la presse qui sera utilisée. À l'étape du façonnage, il recoupe l'imprimé, puis, à la toute fin, dans le cas d'un livre, le massicot rogne les bords des pages reliées.

Ghislain Larochelle, superviseur du service de reliure chez Quebecor World St-Jean, explique que la précision des anciens massicots n'avait rien à voir avec celle des machines modernes. « Auparavant, l'opérateur devait prendre une mesure à l'aide d'une sorte de télescope et régler le format de coupe en actionnant une poignée. Comme ce réglage devait être refait chaque fois, il était difficile d'avoir une grande précision de coupe d'une fois à l'autre. »

Le massicot

Le massicot comporte une table de travail et une arche sur laquelle est montée la lame qui tranche le papier. Il peut être muni de plus d'une lame afin de trancher tous les côtés de l'imprimé en même temps (massicot bilame et trilame ou bilatéral et trilatéral). Des tables latérales permettent de stocker les piles de papier, qui sont déplacées à la main ou mécaniquement.

À l'arrière de la table se trouve une équerre servant à régler la profondeur de la coupe. Mue par une vis sans fin, l'équerre avance et recule parallèlement à la lame, qui descend sur la pile de papier, actionnée par l'opérateur ou par un mécanisme automatisé.

Le système Autojog de Polar Mohr, par exemple, intègre un élévateur automatique de palette et une taqueuse. Basculant du mode manuel au mode automatique sur simple pression d'un bouton, les pinces du système peuvent saisir des papiers d'une épaisseur comprise entre 10 et 35 mm et de formats allant de 50 x 70 cm à 79 x 112 cm.

L'Autojog est également munie d'une cellule qui mesure l'épaisseur commandée; des séparateurs prépare alors la pile, qui est ensuite saisie par les pinces, soulevée et aérée dans un mouvement qui imite celui de l'opérateur. La pile de papier est finalement déposée sur la taqueuse où les feuilles sont alignées et pressées par un rouleau pour chasser l'air entre chacune, jusqu'à ce que la pile ait la hauteur souhaitée.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Le passage à l'ère informatique

Le massicot a profité des avantages de l'ère numérique, et l'opérateur dispose désormais d'un véritable poste de commande, qui lui permet de gérer une ligne de coupe complète à partir d'un seul endroit. Les constructeurs de massicots ont adopté le PC et le système d'exploitation Windows comme standard. La connectivité des éléments périphériques ainsi simplifiée procure aux imprimeurs et aux façonniers un flux de production aux multiples possibilités.

Même si l'intégration d'un massicot à un flux de production existant comporte encore quelques difficultés, des passerelles entre les machines assurent la compatibilité entre cha-cune d'elles. Dans une installation optimale, les données de production peuvent circuler du début de la chaîne jusqu'à la fin. Le système de gestion qui chapeaute une telle installation permet de calculer diverses données précieuses, comme les coûts de production et la rentabilité.

Ghislain Larochelle, superviseur du service de reliure chez Quebecor World St-Jean, devant un massicot Polar. Le bac bleu à l'arrière récupère les rognures qui seront déversées dans le compacteur par simple bascule.

Sécurité et confort pour l'opérateur

Depuis l'invention originale, le massicot s'est transformé en appareil beaucoup plus sécuritaire pour l'opérateur. Dans les modèles manuels, les deux boutons qui doivent être pressés simultanément pour actionner la lame sont maintenant munis d'un système antirépétition. La pédale de pied qui commande le massicot est plus sécurisée, évitant son déclenchement en cas de maladresse du pied de l'opérateur. De plus, des capteurs infrarouges bloquent l'appareil dès que quelque chose pénètre dans la zone de coupe. On a également ajouté à la table arrière un couvercle transparent qui empêche tout fonctionnement lorsqu'il est retiré. Des boutons d'arrêt d'urgence sont placés un peu partout dans la chaîne de coupe et mettent instantanément les machines hors circuit, en cas de besoin.

Les massicotiers n'ont plus à craindre pour leurs doigts ! Même leur dos s'en porte mieux, grâce aux nombreuses améliorations apportées à l'ergonomie des machines. Parmi les innovations récentes, la table pneumatique permet le déplacement des piles de papier pratiquement sans effort. Des périphériques automatisés tels que l'élévateur, la taqueuse (plateau vibrant pour égaliser le paquet de feuilles), le chargeur et le désempileur sont commandés à l'aide du même écran tactile que celui utilisé par l'opérateur. De nos jours, l'opérateur suit les consignes à l'écran et fait les réglages nécessaires, confortablement assis à son poste. En règle générale, il n'a plus à manipuler

(suite à la page 46)

Rolland Gratton, vice-président de Reliure Montréal Gratton, devant un massicot Wholenberg

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Pour la **saine gestion de nos forêts**

Nous connaissons tous les bienfaits du recyclage, mais qu'en est-il des forêts dites bien gérées ? Compte rendu d'un stage de formation d'accréditeur FSC.

Travaillant dans des conditions parfois extrêmes, il n'est pas si facile de bien gérer une forêt.

Dans le domaine de l'impression, nous sommes submergés par une offre de papiers environnementaux. Les utilisateurs de papier non convertis disent que c'est une tendance qui passera. Les plus réticents se sentent envahis par les campagnes de marketing de la part des moulins et déplorent même ce tournant écologique, qui sonne à leurs oreilles comme un moyen de faire de l'argent.

Origine de la fibre

Que le papier soit recyclé ou non, le point d'origine de la fibre est le même : l'arbre. Au cours d'une journée moyenne, la forêt filtre des millions de litres d'eau, stocke du carbone, produit de l'oxygène, restaure le sol et ses nutriments, retient des eaux de crue et relâche l'eau nécessaire dans les rivières et les ruisseaux, tout en assurant une source d'alimentation et d'habitats à des centaines de petites et de grandes espèces, dont l'espèce humaine[1].

Il est important de sauvegarder la forêt puisqu'elle sert de poumon à notre planète. Il ne faut pas se le cacher, il fut un temps, pas si lointain, où nous avons considérablement abusé de nos ressources naturelles. Ce n'est pas à la nature de s'adapter à l'humain, mais bien à celui-ci à vivre en harmonie avec elle, afin d'en retirer des bénéfices tout au long de son existence. Nous avons détruit la moitié des forêts mondiales pour nous loger et communiquer jusqu'à quasi vider le poumon de la terre, permettant ainsi aux pharmaceutiques de s'enrichir en nous vendant des pompes pour mieux respirer !

La certification forestière FSC

Afin de bien comprendre cette certification de plus en plus populaire, j'ai suivi, au printemps dernier, une formation de quatre jours, offerte par la Rainforest Alliance, dans la forêt Montmorency, propriété de l'Université Laval. Très enrichie de cette expérience, j'en suis revenue avec une opinion différente et une grande estime pour le travail des forestiers. Travaillant dans des conditions parfois extrêmes, il n'est pas si facile de bien gérer une forêt. Cela demande beaucoup de travail, de labeur et de longues heures à braver froid, humidité et pluie.

Notre collaboratrice Lynn Gauthier, lors de son stage sur la certification forestière FSC

La certification Forest Stewardship Council (FSC) a été lancée à Toronto, en 1993, un an après le Sommet de la Terre, à Rio. Attention, ce n'est pas une norme de l'industrie

1 Source : Initiative Forêt Boréale

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Voici les 10 principes accompagnés d'une brève description, tirés du document PDF Principes et critères du Forest Stewardship Council (FSC)*

Principe 1
Respect des lois et des principes FSC
L'aménagement forestier doit se conformer à toutes les lois en vigueur dans le pays où il a lieu, ainsi qu'à tous les traités internationaux dont ce pays est signataire. Il sera de même conforme aux Principes et Critères du FSC.

Principe 2
Sécurité foncière, droits d'usage et responsabilités
La sécurité foncière et les droits d'usage à long terme du terrain et de la forêt doivent être clairement définis, documentés et légalement établis.

Principe 3
Droits des peuples autochtones
Les droits juridiques et coutumiers des peuples autochtones à posséder, à utiliser et à gérer leurs terres, leurs territoires et leurs ressources doivent être reconnus et respectés.

Principe 4
Relations communautaires et droits des travailleurs
Les opérations d'aménagement forestier doivent maintenir ou améliorer le bien-être social et économique, à long terme, des travailleurs forestiers et des communautés locales.

Principes 5
Bénéfices de la forêt
Les opérations de gestion forestière doivent encourager l'utilisation efficace des multiples produits et services de la forêt pour garantir la viabilité économique ainsi qu'une large variété de prestations environnementales et sociales.

Principe 6
Impact environnemental
L'aménagement forestier doit maintenir la diversité biologique et les valeurs qui y sont associées, les ressources hydriques, les sols, ainsi que les paysages et les écosystèmes fragiles et uniques, de telle manière à assurer la conservation des fonctions écologiques et l'intégrité de la forêt.

Principe 7
Plan d'aménagement
Un plan d'aménagement, en relation avec l'échelle et l'intensité de l'exploitation, doit être rédigé, appliqué et mis à jour. Les objectifs à long terme de la gestion et les moyens d'y parvenir doivent être clairement indiqués.

Principe 8
Suivi et évaluation
Un suivi régulier, en relation avec l'échelle et l'intensité de l'exploitation forestière, doit être réalisé pour évaluer l'état de la forêt, du rendement des produits forestiers, de la chaîne de traçabilité, des opérations de gestion et de leurs impacts sociaux et environnementaux.

Principe 9
Maintien des forêts à haute valeur pour la conservation
Les activités d'aménagement dans les forêts à haute valeur pour la conservation doivent maintenir ou améliorer les attributs qui définissent de telles forêts. Les décisions concernant les forêts de haute valeur pour la conservation doivent être prises dans le contexte d'une approche de précaution.

Principe 10
Plantations
La plantation et la gestion des plantations doivent être conformes aux Principes et Critères 1 à 9 ainsi qu'au Principe 10 et à ses critères. Tout en pouvant fournir de nombreux bénéfices sociaux et économiques et contribuer à la satisfaction de la demande mondiale de produits forestiers, les plantations devraient servir à compléter les aménagements des forêts naturelles, réduire la pression qu'elles subissent, ainsi que promouvoir leur conservation et leur restauration.

*http://www.fsccanada.org/SiteCM/U/D/D572DD6808883B38.pdf
Pour plus de détails sur les 56 critères se rattachant aux 10 principes, veuillez également consulter le site http://www.fsccanada.org/Francais.htm#3

forestière ou des pâtes et papiers. La certification FSC est une certification indépendante, volontaire, internationale et régionale qui réunit des groupes écologiques et communautaires, des détaillants, des industriels et, au Canada, les Premières Nations. Pour qu'une forêt soit certifiée, elle doit répondre aux 10 principes et 56 critères de la norme, voir les définitions ci-contre.

La traçabilité
Afin de garantir aux consommateurs la provenance des fibres de forêts bien gérées, le FSC a créé une chaîne de traçabilité permettant de remonter jusqu'à l'origine du produit transformé. Pour afficher le logo FSC sur les imprimés, tous les membres de la chaîne de traçabilité depuis la forêt, la scierie, le moulin, jusqu'au marchand de papier et à l'imprimeur doivent être certifiés. Il revient au dernier maillon de la chaîne de gérer le logo, soit à l'imprimeur. Ce dernier a la responsabilité d'apposer le bon logo (sources mixtes, sources mixtes recyclées ou papier 100 % recyclé) et d'y ajouter son numéro (pour plus de détails, voir Qi numéro 2, p. 29).

Pourquoi le papier 100 % de fibres postconsommation peut-il être FSC ?
Provenant de notre forêt urbaine, soit du bac de recyclage, le papier composé à 100 % de fibres postconsommation permet de sauvegarder les forêts. Sa certification garantit la véracité de son contenu 100 % de fibres recyclées. Ainsi, au lieu de remonter jusqu'à la forêt, nous remontons jusqu'à l'usine de désencrage (fabriquant de la pâte) à l'origine du papier recyclé.

La réalité
Malheureusement, au moment d'écrire ces lignes, il n'existe pas encore sur le marché de papier 100 % de fibres FSC. La plupart des papiers sont issus de sources mixtes ; autrement dit, ils sont combinés

(suite à la page 34)

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Optimisme et lucidité chez Quebecor World Canada

Le grand groupe d'imprimeurs, dont le siège social est situé à Montréal, demeure optimiste malgré les défis qui s'annoncent. M. Antonio (Tony) Galasso, président de Quebecor World Canada, partage avec les lecteurs de Qi sa vision de l'industrie graphique.

« L'imprimeur doit demeurer à l'avant-plan des technologies d'impression. »

Tony Galasso

Qi : Comme président de Quebecor World Canada, comment percevez-vous l'avenir de l'imprimerie compte tenu de la conjoncture actuelle ?

Tony Galasso : Je ne suis pas devin, mais je crois qu'une attitude innovatrice et un esprit ouvert présentent des occasions d'affaires renouvelées. Il est vrai que la conjoncture actuelle n'est pas facile. Le dollar canadien est très fort, et nous subissons un retour du pendule. En effet, le volume d'impression que l'imprimerie québécoise a arraché au marché américain à coup d'efforts et de persévérance diminue. Le taux de change actuel fait en sorte que les clients des États-Unis sont moins tentés d'imprimer au Canada et, qui plus est, l'imprimeur américain vient soumissionner sur des projets canadiens ! Cette situation présente un défi de taille. En effet, pour un imprimeur qui tirait un pourcentage important de son chiffre d'affaires aux États-Unis, ce marché devient tout à coup indisponible. Il se tourne donc sur le marché canadien qui commence à subir les pressions des imprimeurs du sud de la frontière proposant de meilleurs prix.

Stable durant des décennies, la dynamique de vente est mise au défi par la force du dollar canadien. Je n'ai jamais vu tant de folies qu'au cours des deux dernières années. L'industrie graphique n'est certes pas faite pour les faibles de cœur !

Qi : L'arrivée des médias électroniques menace-t-elle réellement l'imprimerie ?

TG : Nous étions habitués à compter sur des budgets destinés à la production de catalogues, de circulaires, de magazines ou autres imprimés. Or, depuis plus de deux ans, on voit une partie des budgets publicitaires transférée à des publicités Internet. Un grand détaillant qui dispose d'une enveloppe de 25 millions de dollars répartissait auparavant la somme entre les circulaires et les magazines. Aujourd'hui, il doit également inclure un volet interactif. Les spécialistes du marketing utilisent donc les budgets traditionnellement réservés à l'imprimerie, car ils ne bénéficient pas d'un nouveau budget Internet.

Ce sont les premières années qui seront les plus difficiles, car Internet n'est pas un média encore suffisamment viable et rentable. Éventuellement, il y aura une complicité entre les produits imprimés et interactifs. L'imprimerie est en métamorphose, et notre défi consiste à comprendre la complémentarité des deux médias. Nous suivons la situation de près, car il y a de belles opportunités de faire valoir la « convergence » de ces deux médias.

Qi : Comment l'automatisation accrue des salles de presses modifie-t-elle l'industrie graphique ?

TG : Aujourd'hui, les producteurs de presses font des prouesses technologiques. L'imprimeur doit demeurer à

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

l'avant-plan des technologies. L'impression de données variables et la production de plusieurs versions adaptées au marché font partie des impératifs marketing. Même les annuaires sont désormais mieux ciblés en fonction des marchés. L'imprimerie évolue avec les fournisseurs de presses. Auparavant, les vieilles presses produisaient, par exemple, un long tirage de neuf millions et c'en était fait. Maintenant, les versions sont plus ciblées et les groupes de clients plus précis, nous rejoignons la même clientèle, mais avec une démographique plus pointue. Nous sommes le plus grand imprimeur au monde d'annuaires Pages Jaunes. Je peux vous dire que ce secteur est en hausse, car le produit adopte maintenant différentes formes telle les pages jaunes communautaires ou des catalogues promotionnels.

Nous avons travaillé en étroite collaboration avec les fournisseurs afin d'amener en Amérique du Nord la notion de presses polyvalentes, multiproduit et multicanal. L'automatisation pour la production des annuaires, circulaires, quotidiens, hebdos et magazines contribue à la rentabilité. Auparavant, une presse destinée à l'impression d'un quotidien était utilisée cinq ou six heures par jour, aujourd'hui, elle fonctionne 24 heures sur 24, sept jours sur sept avec cinq niches de produits différents. Quebecor World a effectué des investissements majeurs dans la construction et l'équipement d'impression de Mirabel, au Québec, et d'Islington, en Ontario. L'automatisation se traduit donc par de meilleures performances, étant donné que la nouvelle génération d'équipement est plus efficace et offre un meilleur coût à l'unité.

Qi : Il y a beaucoup de mouvements dans l'industrie. Comment les restructurations, fusions et acquisitions influencent-elles le secteur ?

TG : Chez Quebecor World nous sommes des consolidateurs, axés sur la croissance. Nous sommes présents dans le monde entier. Nous poursuivons activement une couverture mondiale afin de répondre à nos deux objectifs. Le premier est d'être des partenaires stratégiques et d'accompagner nos clients dans leur expansion mondiale. Les cataloguistes sont des clients intercontinentaux, présents dans les Amériques, en Europe et en Asie. Quebecor World aide Ikea, par exemple, à créer sa stratégie mondiale sur la base de la constance de la qualité, des prix et autres facteurs vitaux pour le client. Notre deuxième objectif consiste à

M. Antonio Galasso,
président de Quebecor World Canada

respecter les cultures mondiales. Nous sommes un leader pour ce qui est de la croissance par des acquisitions et fusions. Quebecor World continue de percer sur la scène mondiale en incluant les familles d'anciens propriétaires afin de progresser sur la base de la tradition. Je souligne ici l'esprit d'entrepreneuriat de Pierre-Karl et d'Éric Péladeau qui ont compris comment faire dans les pays étrangers, que ce soit en Asie, en Amérique latine ou en Europe. Le Québécois est devenu un citoyen du monde qui peut comprendre le défi nord-américain tout en comprenant ce qui se passe dans les autres pays.

Qi : Quebecor World a récemment annoncé une stratégie de transformation en cinq points. Cette stratégie a-t-elle été développée pour faire face à l'avenir des communications imprimées ?

TG : Cette stratégie extraordinaire est en place depuis un an déjà au Canada. Il s'agit d'un programme de transformation mondial qui concerne chaque personne de l'entreprise, du président à l'employé. Le premier point sur lequel nous mettons l'accent est la valeur des imprimés pour les clients, en travaillant en amont de la chaîne des valeurs, en imprimant, puis en analysant le succès des imprimés. Le deuxième point porte sur la qualité des gens, soit l'encadrement des bonnes personnes aux bons postes en vue d'une bonne planification de carrière. L'exécution est l'aspect le plus important du programme. Nous voulons créer un environnement orienté sur des objectifs clairs, avec plus de rigueur et de discipline, par le biais de programmes d'amélioration continue désormais obligatoires (Six Sigma, 5S, etc.). Le réoutillage est le quatrième point, déjà mis en œuvre par Pierre-Karl Péladeau, qui insiste sur la planification industrielle. Ce point souligne l'importance de toujours penser aux prochaines étapes d'automatisation et de réduction de coût afin de maintenir notre avantage concurrentiel. Enfin, Quebecor World a conservé l'esprit d'entrepreneur de Pierre Péladeau, et la bonne gestion financière à tous les niveaux de l'entreprise est le cinquième point qui doit faire partie de nos préoccupations quotidiennes.

Cette stratégie en cinq points est un facteur de ralliement au sein de notre entreprise. La communication est importante, et je me suis déplacé en compagnie d'autres cadres de Quebecor World Canada afin de rencontrer nos 4 500 employés et de leur présenter notre stratégie de transformation. ■■

FB

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

La première **enquête salariale** du secteur des communications graphiques

Un outil comparatif précieux

Effectuée au cours du printemps 2007, l'Étude salariale dans le secteur des communications graphiques au Québec permet enfin d'avoir un portrait détaillé de la rémunération des 29 postes les plus courants dans le milieu des communications graphiques.

Il y aurait actuellement plus d'une centaine de postes à combler en impression numérique.

Fréquemment demandée par des entreprises, des individus et des organismes publics et parapublics, la première enquête salariale du secteur des communications graphiques vient d'être réalisée par le Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques (CSMOCGQ) avec la collaboration de la firme Zins Beauchesne et associés. Elle permet de déterminer les normes de rémunération globale pour les postes de travail les plus représentatifs dans l'industrie. Cinq services et procédés ont été analysés : l'administration et le service à la clientèle, la conception, le prépresse, l'impression et le postpresse.

Les répondants

L'échantillon de base comprenait 2 248 entreprises réunissant un bassin de 59 000 travailleurs au Québec. Cet échantillon est majoritairement constitué d'entreprises comptant moins de 20 employés (77 %) offrant des services variés et complémentaires. Les trois quarts proposent des services de conception graphique (75,9 %), trois entreprises sur cinq sont actives en impression (58,5 %) et plus de la moitié sont des prestataires de services prépresse (51 %).

Le formulaire de l'enquête a été adressé aux dirigeants, superviseurs ou responsables des ressources humaines des entreprises visées. Un total de 252 questionnaires ont été remplis, ce qui garantit une marge d'erreur de +/- 5,8 %, 19 fois sur 20. « Bien que le taux de réponse ait été un peu décevant compte tenu des attentes des entreprises face à cette enquête, les résultats demeurent statistiquement fiables », assure Claire Naboulet, directrice adjointe chez Zins Beauchesne et associés. Les entreprises de l'extérieur de la grande région de Montréal ont davantage participé à cette étude.

Les principaux résultats

L'étude présente, sous forme de textes et de tableaux, le profil d'embauche dans chacune des catégories de classement sélectionnées des professions de l'industrie graphique. On y présente une brève description d'emploi, le nombre de personnes actuellement à l'emploi, la demande actuelle, le taux de syndicalisation pour chacun des secteurs ainsi que la rémunération et la progression salariale calculées selon un calcul de moyennes. Un dernier point porte sur les programmes de bonification, soit les avantages sociaux offerts ou non aux employés en poste.

Administration et service à la clientèle

18 269 $ hors commission. Plus de la moitié des entreprises emploient des représentants, en moyenne deux ou trois personnes à plein temps. Plus du quart des entreprises interviewées indiquent rechercher actuellement des candidats à ce poste. Plus de deux entreprises sur cinq (44,2 %) offrent un salaire fixe assorti de commissions. Seules 17,6 % des entreprises optent pour une rémunération uniquement à commissions. Le pourcentage de la commission varie considérablement selon la taille des entreprises ; il est calculé d'après les ventes brutes, les ventes nettes ou le bénéfice réalisé.

12,40 $ Les estimateurs ou deviseurs, soit les responsables des devis présentés aux clients, bénéficient généralement d'un salaire fixe, celui-ci étant parfois accompagné d'un programme de bonification. Un tel programme

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Salaire horaire* des 29 postes étudiés dans l'enquête salariale 2007 du secteur des communications graphiques.

Postes	Salaire de départ sans expérience (moyenne / ensemble des entreprises)	Salaire après 5 ans dans l'entreprise (moyenne / ensemble des entreprises)	Salaire après 10 ans dans l'entreprise (moyenne / ensemble des entreprises)
Représentant	18 269 $/an **	31 714 $ **	36 326 $ **
Deviseur	12,40 $	17,80 $	20,60 $
Chargé de projets en imprimerie/ Coordonnateur de service à la clientèle	13,60 $	18,50 $	21,30 $
Graphiste/ Technicien en graphisme/ Infographiste	11,30 $	16,80 $	19,60 $
Concepteur graphique	13,10 $	18,50 $	20,80 $
Infomonteur	11,70 $	17,10 $	19,10 $
Gestionnaire de la couleur	12,30 $	19,00 $	22,60 $
Aide-général presse rotative	11,30 $	14,60 $	15,80 $
3e pressier / bobinier	14,20 $	19,70 $	20,60 $
2e pressier / conducteur de presse rotative	18,30 $	22,70 $	24,50 $
1er pressier / conducteur de presse rotative	18,40 $	23,60 $	24,60 $
Opérateur de duplicateur	10,80 $	16,20 $	17,90 $
Pressier / conducteur de presses à feuilles 2 couleurs	12,70 $	18,60 $	20,20 $
Margeur de presses à feuilles 4 couleurs ou +	14,40 $	19,10 $	20,90 $
2e pressier /conducteur de presse à feuilles 4 couleurs ou +	18,30 $	23,70 $	23,40 $
1er pressier / conducteur de presse à feuilles 4 couleurs ou +	18,70 $	23,70 $	25,50 $

Postes	Salaire de départ sans expérience (moyenne / ensemble des entreprises)	Salaire après 5 ans dans l'entreprise (moyenne / ensemble des entreprises)	Salaire après 10 ans dans l'entreprise (moyenne / ensemble des entreprises)
Opérateur de presse manuelle et/ou artisanale - sérigraphie	9,70 $	13,40 $	15,80 $
Aide-pressier en sérigraphie	8,67 $	12,30 $	12,50 $
Pressier sur presse automatisée - sérigraphie	10,20 $	15,20 $	16,30 $
Pressier en flexographie	12,20 $	18,60 $	20,90 $
Monteur de plaques en flexographie	11,00 $	17,30 $	19,00 $
Aide-pressier en flexographie	10,60 $	13,00 $	13,60 $
Technicien - presse numérique	10,60 $	15,60 $	17,60 $
Opérateur d'équipement en thermoreliure ou encarteuse-plieuse	13,10 $	19,00 $	21,00 $
Opérateur de massicot ou plieuse	10,40 $	15,90 $	18,00 $
Opérateur de presses d'estampage et/ou gaufrage et/ou découpeuse à l'emporte-pièce	12,10 $	16,90 $	18,40 $
Opérateur de plieuse et/ou de colleuse automatique	10,90 $	15,60 $	19,30 $
Opérateur de pelliculeuse	9,90 $	14,70 $	16,20 $
Aide-général au postpresse	9,20 $	12,80 $	14,50 $

* Les résultats ci-dessous sont une moyenne. Ils peuvent varier selon la taille de l'entreprise.

**À ce salaire annuel s'ajoutent les commissions.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

TABLEAU 3.2 : TAUX DE RÉPONSE SELON LA LOCALISATION DES ENTREPRISES

	Nombre d'entreprises dans la banque de données	Nombre de questionnaires complétés	Taux de réponse
Ensemble des entreprises	**2 248**	**252**	**11,2%**
Localisation			
Abitibi-Témiscamingue	26	3	11,5%
Bas-Saint-Laurent	46	10	**21,7%**
Centre-du-Québec	66	7	10,6%
Chaudière-Appalaches	105	15	14,3%
Côte-Nord	24	4	16,7%
Estrie	79	17	**21,5%**
Gaspésie / Île-de-la-Madeleine	16	4	**25,0%**
Lanaudière	75	10	13,3%
Laurentides	90	12	13,3%
Laval	101	11	10,9%
Mauricie	80	10	12,5%
Montérégie	324	39	12,0%

	Nombre d'entreprises dans la banque de données	Nombre de questionnaires complétés	Taux de réponse
Ensemble des entreprises	**2 248**	**252**	**11,2%**
Montréal	826	63	7,6%
Nord du Québec	2	1	**50,0%**
Outaouais	46	7	15,2%
Québec	281	32	11,4%
Saguenay-Lac-Saint-Jean	56	7	12,5%
NR	5	-	-

Source : CSMOCGQ (2007) Étude salariale dans le secteur des communications graphiques au Québec, Rapport final

est offert par 14,7 % des entreprises qui emploient des deviseurs.

13,60 $ Les chargés de projets et des coordonnateurs planifient les étapes de la production des imprimés ainsi que les ressources et matières premières nécessaires à leur réalisation. La majorité des entreprises (52,7 %) emploie des chargés de projets en travaux d'imprimerie, avec en moyenne 1,8 à temps plein et 0,2 à temps partiel.

Conception

13,10 $ Plus de six entreprises sur dix (60,2 %) emploient actuellement des graphistes. Pour ce qui est de l'embauche, uniquement 11,5 % déclarent avoir besoin de personnel. Selon les besoins exprimés par les entreprises, le nombre de postes à pourvoir atteint actuellement à peine 300. Quant à l'emploi de concepteurs graphiques, la moyenne tombe à quatre entreprises sur dix (41,6 %). Actuellement, uniquement 8,2 % d'entre elles déclarent avoir des besoins de main-d'œuvre, à raison d'un employé par entreprise, cela représente un peu plus de 125 postes à combler.

Prépresse

11,30 $ Près de quatre entreprises sur dix (38,6 %) emploient des infographistes ou infomonteurs au sein de leur service de prépresse. La moyenne s'établissant à un peu plus de deux par entreprise. Plus de 10 % des entreprises ont un besoin de main-d'œuvre dans ce métier.

12,30 $ Les gestionnaires de la couleur sont moins nombreux : seules 12,4 % des entreprises en comptent parmi leur personnel. Aucune mention n'est faite relativement à la demande, cette omission dénote peut-être l'automatisation accrue de la gestion de couleur par les nombreux systèmes offerts sur le marché.

Impression

11,30 $ Un faible pourcentage (4,5 %) des entreprises sondées emploie des aides-généraux aux presses rotatives.

14,20 $ 18,30 $ 18,40 $ La section qui décrit les postes de pressiers attire l'attention sur les descriptions et fonctions qui peuvent varier d'une entreprise à l'autre. Le taux d'emploi des postes relatifs à la conduite de presse rotative, qu'importe le rang, est similaire : 3e pressiers (3,3 %), 2e pressiers (3,3 %) 1ers, pressiers (5,3 %).

12,70 $ Les conducteurs de presses à feuilles 2 couleurs reçoivent en moyenne une rémunération moins importante que les conducteurs de presses rotatives. Il y aurait une moyenne de 76 postes à combler dans ce secteur.

18,70 $ Les premiers pressiers ou conducteurs de presses à feuilles 4 couleurs sont les mieux rémunérés du secteur. Plus d'une entreprise sur dix en compte à son emploi, et la demande se situe en moyenne à 137 nouveaux postes à combler.

9,70 $ En sérigraphie, les opérateurs de presse manuelle ou artisanale sont rares, puisque seules 4,9 % des entreprises en emploient ; ce pourcentage est de 3,7 % pour les presses automatisées. Une quinzaine de postes serait cependant à pourvoir.

12,20 $ En flexographique, le pourcentage d'opérateurs de presse s'établit à 5,9 %.

10,60 $ Près du quart des entreprises répondantes emploie des opérateurs ou techniciens de presse numérique. Il y aurait actuellement plus d'une centaine de postes à combler en impression numérique.

Postpresse

9,20 $ à 13,10 $ Plus d'un tiers des entreprises emploie des opérateurs de massicot ou de plieuse et des aides-généraux au façonnage des imprimés. Les entreprises qui emploient d'autres professionnels dans ce secteur sont généralement moins nombreuses.

Cet outil comparatif en rémunération et en ressources humaines promet d'être d'une grande utilité à tous les gestionnaires confrontés aux difficultés du recrutement et de la rétention de la main-d'œuvre dans les métiers en communications graphiques. Elle jette un éclairage actuel sur des politiques de rémunération et les attentes de l'industrie relatives à l'emploi. ■■

Charles Allain et France Brodeur

Remarque : L'Étude salariale dans le secteur des communications graphiques au Québec est disponible auprès du CSMOCGQ au prix net de 49,95 $. La demande peut être adressée par téléphone (514 387-0788) ou par courriel (csmocgq@communicationsgraphiques.org).

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

L'éveil du dragon

L'imprimerie chinoise est un vaste marché qui fait l'objet d'études et d'analyses de la part des gouvernements, d'universités et d'organismes de l'industrie graphique. Les constructeurs, eux, s'y installent.

Au cours des récents mois, les annonces de ventes et d'installations d'équipements d'impression en Chine ont fait les manchettes. Les nominations, comme celle de Hélène Blanchette, en poste à Singapour, comme directrice de la commercialisation et des programmes d'implantation pour la multinationale Fuji Xerox, témoignent de l'intérêt suscité par l'ouverture de l'industrie chinoise aux autres pays du monde.

Dans la page web du ministère québécois du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation[1], on y lit que depuis son accession à l'Organisation mondiale du commerce (OMC), en décembre 2001, la Chine a ouvert ses principaux secteurs de services à l'investissement étranger.

L'amélioration du parc d'impression

En Chine, l'exigence croissante d'une meilleure qualité d'impression et de délais d'exécution plus courts génère une augmentation de la demande. À mesure que l'économie chinoise se développe, le marché domestique de l'impression, extrêmement complexe, exige de la part des fournisseurs une productivité accrue pour l'impression couleur, ainsi que des produits imprimés de meilleure qualité. La rotative Goss M-600, qui est la rotative d'impression labeur 16 pages la plus vendue au monde, étend encore sa présence en Chine et reste la solution la plus couramment adoptée pour répondre à ces besoins.

Selon Liu Jie, propriétaire de Shandong Hongjie Printing Co. Ltd., il est à présent essentiel d'investir dans les technologies les plus récentes pour développer son avantage concurrentiel. Installée dans la ville de Zibo, dans la province de Shandong, son entreprise a investi dans une rotative de labeur Goss M-600 afin de venir compléter son parc existant de 20 machines, utilisées principalement pour l'impression de manuels scolaires, de magazines et de matériel publicitaire.

Quant à Zhao Shoushan, directeur général de Jiangsu Xinhuabai Printing Co., il estime que le marché de l'impression offset labeur va poursuivre son développement en Chine. Grâce à une qualité désormais équivalente à celle des presses à feuilles, mais avec une productivité largement supérieure, l'impression offset sur rotatives permet de répondre aux critères de qualité actuels élevés sur le marché intérieur chinois, tout en s'adaptant à des délais de livraison plus courts. « Si nous n'allons pas de l'avant en adoptant de nouvelles technologies, nous risquons de perdre notre compétitivité », dit-il.

Le groupe de presse chinois Wenhui Xinmin United Press Group a rajeuni son parc et commandé deux rotatives Goss Universal 75. Ces machines imprimeront les grands quotidiens Wenhui Daily et Xinmin Evening News. Selon le président du groupe, Hu Jing Jun, la possibilité de pouvoir imprimer des formats différents a été un critère décisif. Le Wenhui Xinmin United Press Group publie une gamme complète de produits,

En Chine, l'exigence croissante d'une meilleure qualité d'impression et de délais d'exécution plus courts génère une augmentation de la demande.

1. http://www.mdeie.gouv.qc.ca/page/web/portail/exportation/nav/fiches_marches.html?&page=details.jsp&iddoc=46177

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

dont cinq quotidiens, six hebdomadaires et six mensuels tirés à un total de 2,8 millions d'exemplaires. Ces publications sont imprimées sur 20 sites de production à travers le monde, reliés entre eux par un système de transmission de données qui permet une couverture en temps réel de l'actualité.

Le quotidien Tianjin Evening News est un client Goss de longue date qui possède déjà trois rotatives Universal 45 et trois rotatives Universal 70. La société Tianjin Newspaper Printing Co., Ltd, a installé une nouvelle rotative Goss Universal 75 comportant quatre tours de quatre étages, deux plieuses et six dérouleurs. La nouvelle rotative imprime les deux grands quotidiens The Tianjin Daily et The Tianjin Evening News ainsi qu'un certain nombre d'autres publications. Entreprise novatrice, le groupe de presse Tianjin Daily News a mis au point le premier hebdomadaire de la ville destiné aux consommateurs, Holiday 100. Présentant essentiellement des thèmes relatifs à la mode, à la décoration intérieure, aux vacances et aux produits de consommation, ce journal se caractérise par un papier de teinte orangée et une impression très colorée. « Actuellement, nous imprimons un total d'environ 10 millions d'exemplaires grand format par jour », fait remarquer Zhao Xin, directeur adjoint et ingénieur en chef de l'imprimerie du Tianjin Evening News. « Un grand nombre de nos titres connaissant une expansion rapide, il est primordial pour nous de rationaliser notre production afin d'accroître notre productivité et de tirer pleinement parti de nos équipements, sans faire aucun compromis sur la qualité.

Goss n'est pas unique en Chine, pour la troisième année consécutive, Agfa figure parmi les dix principales marques en Chine. Elle est considérée comme la première marque étrangère pour les solutions de prépresse.

Les accords

La Chine avec ses 1,3 milliard d'habitants est un territoire de vente fortement convoité par les concepteurs et fabricants de logiciels et matériels d'imprimerie.

Le groupe chinois Founder a multiplié les partenariats au cours des récentes années. HP a notamment passé un accord avec lui selon lequel elle pourra accentuer sa présence en Chine, où le marché de l'impression commerciale est actuellement en plein développement. Océ a récemment conclu un partenariat avec le géant de la distribution de matériel informatique et d'imprimerie. Plusieurs comme Canon, Epson, Fujifilm, Kodak, Komori, X-rite y sont déjà. Le salon All in Print China de novembre 2008 ne pourra qu'accentuer le mouvement.

Et quand viendront les Jeux Olympiques de Beijing de 2010, les imprimeurs d'oriflammes, de brochures, de badges et d'imprimés de toutes sortes auront mis à profit un échange international d'idées, de machines et de logiciels graphiques. ▪▪

FB

Revers et avantage du marché chinois

Les courtiers internationaux de service d'impression, Artful Dragon Press, proposent à une clientèle internationale des services de recherche d'imprimeurs ou de producteurs d'imprimés en Chine, à Hong Kong, à Singapour et ailleurs. Ils font valoir une économie de 30 % des coûts de production imprimée pour des projets de livres cantonnés ou brochés, journaux, catalogues, calendriers et autres. Pour un complément d'information, lire les deux articles préparés par l'ICGQ (p. 19 du présent numéro et Qi 5, p. 35) et celui par le CMOCGQ (Qi 3, p. 60).

(suite de la page 27)

Pour la saine gestion de nos forêts

avec du bois contrôlé ou des fibres recyclées postconsommation ou 100 % recyclées.

Les moulins sont prêts, les marchands aussi et même beaucoup d'imprimeurs le sont, mais les forêts certifiées tardent à voir le jour. Cela demande beaucoup d'investissements, de temps et de bonne volonté. C'est en demandant du papier FSC que nous pousserons davantage les aménagistes de lots forestiers à bien gérer notre forêt. Contrairement aux autres forêts, la forêt canadienne nous appartient puisque qu'elle est en majeure partie d'intérêt public et gérée par les gouvernements fédéral et provincial. Il n'en tient qu'à nous de la sauvegarder par une saine gestion. ▪▪

Lynn Gauthier

À l'été 2007, les trois catégories d'investissement les plus souvent citées par les concepteurs et producteurs d'imprimés étaient les postes de travail, les écrans plats DEL et les photos de banques d'images libres d'accès.

Source : IM Design & Production # 23 Executive Report 05.17.07

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Le **travail à l'écran**
Comment prévenir la fatigue, les tensions et la douleur

Un sondage mené par l'ASP imprimerie auprès de plus d'une centaine de travailleurs du prépresse a permis d'identifier des problèmes ergonomiques importants qui se traduisent, le plus souvent, par de la fatigue, des tensions et de la douleur.

La production imprimée comprend trois phases de réalisation : le prépresse, l'impression et le postpresse (reliure et finition). Le prépresse comporte différentes tâches dont le traitement de l'image, le montage et l'imposition, la production d'épreuves et la sortie de films ou la production directe de plaques. Il s'agit donc d'une étape importante voire cruciale dans la chaîne graphique, puisque c'est là que tout le processus d'impression démarre. La majeure partie des activités de prépresse sont réalisées à l'écran. Les travailleurs de ce secteur sont donc soumis à plusieurs facteurs de risque qui peuvent générer de l'inconfort et provoquer des malaises musculo-squelettiques.

Lors du sondage mené par l'ASP imprimerie, les répondants ont mentionné ressentir de l'inconfort aux yeux, au cou, au haut et au bas du dos, aux épaules, aux poignets et aux mains.

Les principaux facteurs de risque

Par facteur de risque, on entend les éléments reliés au travail à l'écran qui sont susceptibles de déclencher de l'inconfort, de la fatigue ou des blessures, ou encore, de créer des conditions qui en favorisent l'apparition. Les principaux facteurs de risque identifiés sont reliés aux :

- Sollicitations visuelles intenses
- Postures statiques ou contraignantes
- Mouvements répétitifs
- Pressions fréquentes avec la paume de la main

Il n'est pas rare de retrouver plus d'un facteur de risque dans une même situation de travail. L'importance du facteur de risque sera évaluée en fonction de sa durée, de son intensité et de sa fréquence.

Quelques avenues de solution

La réduction ou l'élimination des facteurs de risque passe notamment par la réorganisation matérielle du poste de travail (p. ex. équipements, aménagement du poste et de l'environnement en général), l'organisation du travail (p. ex. durée et répartition des tâches, rendement imposé, pauses), la formation et la prise en charge individuelle (ex. exercices physiques pour préparer à l'effort et rééquilibrer les tensions).

Il importe de faire le tour du problème avant de proposer et d'adopter des solutions. On s'assurera également que les solutions envisagées seront réellement adaptées en fonction des personnes concernées, des tâches effectuées, du matériel utilisé et de l'environnement de travail.

Pour en savoir davantage, consultez le document produit par l'ASP imprimerie *Travailler à l'écran en pré-impression, Guide pour prévenir la fatigue, les tensions et la douleur,* disponible à ses bureaux ou par commander ligne : www.aspimprimerie.qc.ca. L'ASP imprimerie offre aux entreprises de son secteur une formation d'une heure pour aider les utilisateurs à aménager leur poste de travail. Pour information : 514-355-8282. ▪▪

Denise Laganière

L'Association paritaire de santé et de sécurité du travail, secteur imprimerie et activités connexes, mieux connue sous le nom de ASP imprimerie, est une organisation paritaire entièrement financée par les employeurs du secteur imprimerie et activités connexes par des cotisations perçues à cette fin par la CSST. Elle offre des services d'information, de formation, de conseil et d'assistance en matière de santé et de sécurité du travail.

Les problèmes ergonomiques se traduisent le plus souvent par de la fatigue, des tensions et de la douleur.

Association paritaire de santé et de sécurité du travail Secteur imprimerie et activités connexes

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

La **chaîne** graphique **en français,** c'est **possible !**

Dans une chaîne graphique, les logiciels, le matériel et les données doivent s'harmoniser pour que le résultat final soit à la hauteur des attentes. De nos jours, la langue de chacune des composantes du flux de production n'est plus un problème. La compatibilité interlangue est enfin assurée.

Une chaîne de production d'imprimés peut fonctionner tout aussi bien avec la seule version française des logiciels.

Une étude, commandée par le laboratoire Bétel de l'Office québécois de la langue française (voir encadré) et menée par l'Institut des communications graphiques du Québec (ICGQ), a démontré la viabilité de la chaîne graphique en français, ainsi que la compatibilité interlangue entre les versions françaises et anglaises des logiciels les plus utilisés dans le domaine des industries graphiques.

Le cadre de réalisation

L'étude a été réalisée avec un flux de production interne. Dans cette méthode, les fichiers sont créés et imprimés selon un processus connu et sans utilisation de fichiers externes. Cette étude ne prétend donc pas couvrir l'ensemble des types de flux de production qui ont cours au Québec dans le domaine de l'imprimerie. Elle n'englobe pas non plus la diversité des produits finis imprimés ou virtuels. Elle s'est en effet limitée à l'analyse de la viabilité, en français, d'une certaine chaîne de production d'un imprimé donné, dans un environnement donné, celui de l'ICGQ.

Tous nos choix concernant les logiciels utilisés, l'ordre des étapes de production ou encore les nombreux paramètres de réglage se veulent les plus représentatifs possible de la réalité de l'industrie. Ils reproduisent au mieux les pratiques courantes dans le domaine des industries graphiques au Québec, grâce à l'information obtenue de spécialistes du domaine.

L'étude a consisté à suivre le cheminement de trois fichiers PDF créés de façon différente :

- à l'aide de versions françaises de logiciels uniquement : création d'un « PDF français »,

L'Office québécois de la langue française est un organisme gouvernemental dont la mission est tracée par la Charte de la langue française et les règlements qui en régissent l'application. L'Office a pour mission de définir et de conduire la politique québécoise en matière d'officialisation linguistique et de terminologie ainsi que de francisation de l'Administration et des entreprises et d'assurer le respect de la loi.

Bétel
Banc d'évaluation technolinguistique

Dans le but de faciliter la francisation des technologies de l'information, l'Office québécois de la langue française a mis sur pied le banc d'évaluation techno-linguistique (Bétel). C'est un outil mis à la disposition des entreprises qui désirent savoir non seulement quel est le degré de respect d'un produit informatique vis-à-vis du français mais aussi sa compatibilité avec d'autres produits en d'autres langues que le français. Les caractéristiques du français sont vérifiées en tenant compte des normes et des standards en vigueur au Québec. On peut acheminer toute question liée à l'utilisation d'une version française d'un produit au Bétel à l'adresse de courriel **betel@oqlf.gouv.qc.ca**.

Le grand dictionnaire terminologique

Le grand dictionnaire terminologique (GDT), accessible gratuitement à l'adresse **www.oqlf.gouv.qc.ca**, est un outil bilingue - français et anglais - de terminologie technique comprenant quelque 3 millions de termes appartenant à 200 grands domaines d'activité dont celui de l'imprimerie.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

- à l'aide de versions anglaises de logiciels uniquement : création d'un « PDF anglais »,
- à l'aide de versions françaises et anglaises de logiciels : création d'un « PDF mixte », et imprimés sur deux supports différents :
  - imprimante Xerox Docucolor 2060 (imprimante numérique, procédé xérographique),
  - plaques pour une impression sur presse.

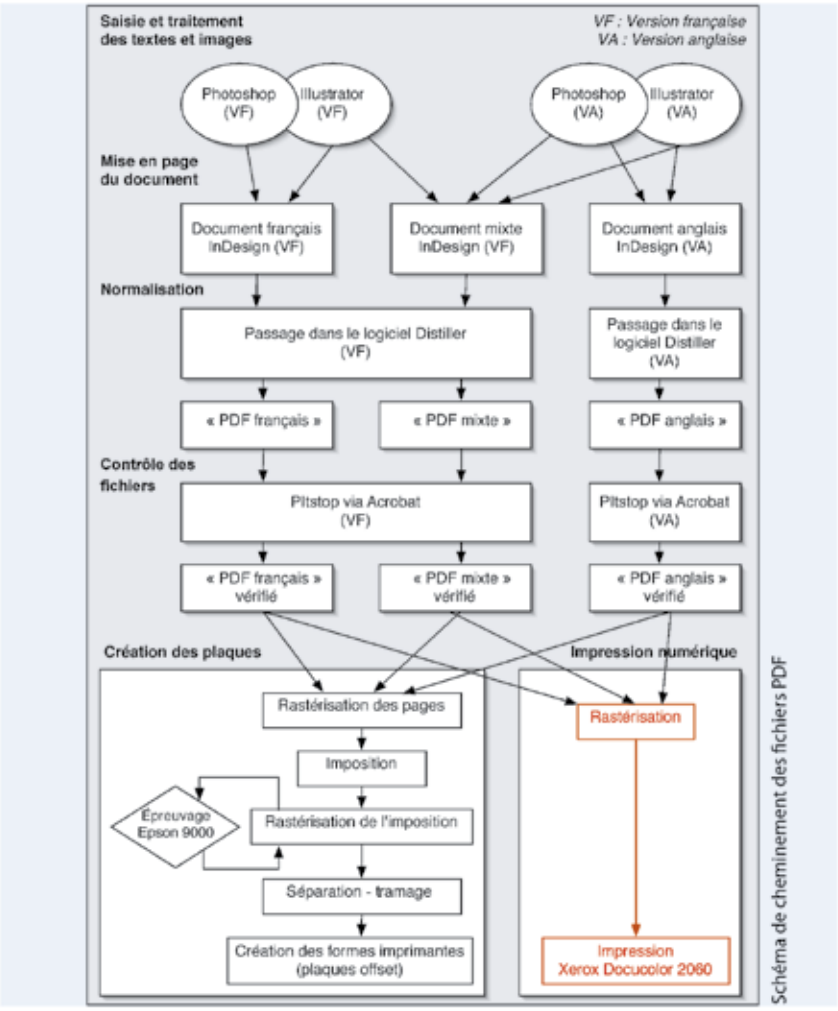
Le document créé pour cette étude est un document simple d'une page contenant des éléments de transparence, des polices différentes (tant dans leur nom que dans leur style) et des images. Tous les éléments ont été créés ou modifiés à l'aide des logiciels populaires, soit Photoshop et Illustrator pour la création et InDesign pour la mise en page.

Lors de la création ou de la modification des images dans les versions françaises ou anglaises des logiciels, aucune différence n'a été observée. En effet, les mêmes opérations effectuées dans les deux versions des logiciels donnent les mêmes résultats.

Au moyen du logiciel Distiller, trois fichiers PDF ont ensuite été créés à partir des trois documents mis en page dans InDesign, et là encore aucune erreur ou différence n'a été constatée.

Le contrôle en amont des fichiers, réalisé grâce au logiciel Pitstop, n'a d'ailleurs pas permis de détecter de différence entre les fichiers, si ce n'est lors de l'utilisation d'un profil personnalisé créé pour les besoins de l'étude, mais qui n'affecte en aucun cas l'imprima-bilité des documents. Ces derniers sont, en outre, conformes aux normes de l'industrie (profil GWG basé sur la norme PDF/X-1a : 2001 et profil PDF/X-3 ont été testés).

Les fichiers PDF ont suivi, par la suite, deux flux différents. D'une part, ils ont été imprimés sur une imprimante numérique (Docucolor 2060 de Xerox) sans qu'aucune différence ne soit relevée, ni dans le traitement des fichiers ni sur le rendu final imprimé. D'autre part, ils ont été traités (rastérisés) par un RIP Crescendo (ArtQuest) afin d'être imposés, séparés (séparation CMJN) puis tramés pour suivre le flux traditionnel de gravure des plaques. Aucune de ces étapes n'a mis en évidence de différence lors du traitement des trois fichiers, et le rendu final gravé sur plaque est identique d'un fichier à l'autre.



Le prépresse en français

Ainsi, la présente étude a permis de mettre en évidence qu'une chaîne de production d'imprimés peut fonctionner tout aussi bien avec la seule version française des logiciels de création (Illustrator et Photoshop), de mise en page (InDesign) et de traitement des fichiers PDF (Acrobat Professionnel et Distiller) qu'avec les versions française et anglaise utilisées conjointement.

Les principaux écueils dans l'utilisation de logiciels et de systèmes en français seulement viendraient probablement des erreurs et inexactitudes de traduction qui peuvent parfois induire l'opérateur en erreur ou encore du type de plateforme (PC ou Mac) qui a été utilisée lors de la création du document, plutôt que d'éventuelles différences dans les versions, française ou anglaise, des logiciels.

Cette étude facilitera l'adoption du français comme langue normale et habituelle du travail dans les entreprises du domaine des industries graphiques du Québec, un des objectifs de la Charte de la langue française.

L'étude a été réalisée par Alice Vermeulin, directrice adjointe, Techcom (ICGQ), Valériane Vigne, spécialiste en ingénierie de l'imprimerie, Techcom (ICGQ), Azim Mandjee, responsable du laboratoire Bétel (OQLF), et Philippe Brouste, conseiller en francisation des TI (OQLF). Les résultats de cette étude sont diffusés dans le site Web de l'Office québécois de la langue française à l'adresse www.oqlf.gouv.qc.ca. ■■

Azim Mandjee et Valériane Vigne

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Regard sur la **politique salariale en France** dans les communications graphiques

Le 29 janvier dernier, les partenaires sociaux français en sont venus à un accord sur la revalorisation du salaire minimal et des heures supplémentaires.

Il pourrait y avoir des disparités entre les salariés, soit les personnes pouvant faire des heures supplémentaires non imposables et celles ne pouvant y prétendre.

Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec

Entrée en vigueur le 1er juillet, l'accord comprend une hausse des salaires minima de l'ordre de 1,7 %, ce qui est supérieur à l'inflation. Cette augmentation s'applique à tous les groupes et échelons des salaires minima français. La dernière campagne présidentielle française avait remis les thèmes reliés au salaire et au pouvoir d'achat au centre du débat.

Conséquemment, le gouvernement a donc décidé de présenter une mesure de détaxation et une défiscalisation relativement aux heures supplémentaires. Ces mesures permettront entre autre aux salariés d'effectuer des heures supplémentaires et de recevoir un salaire complet sans charges sociales ni fiscales.

Un rapport gagnant-gagnant ?

Pour Charles Méhoret, président du groupement des métiers de l'imprimerie, les entreprises tout comme les salariés y gagnent avec la solution détaxation-défiscalisation : les entreprises désirent moins de charges sociales et les salariés, un plus grand pouvoir d'achat. De plus, l'industrie graphique du pays croit qu'une mutation du système d'heures supplémentaires est nécessaire.

Néanmoins, plusieurs croient que cette mesure n'est que de la poudre aux yeux et un coup de publicité pour le gouvernement. Selon eux, le problème des heures supplémentaires est qu'elles dépendent de la charge de travail et échappent à une réglementation fiscale. Ainsi, il pourrait y avoir des disparités entre les salariés, c'est-à-dire entre les personnes pouvant faire des heures supplémentaires non imposables et celles ne pouvant y prétendre.

De plus, les sceptiques estiment que les heures supplémentaires doivent demeurer une exception, afin de répondre aux imprévus, et non une règle. D'autres croient qu'une telle mesure aurait, dans le meilleur des mondes, un effet incertain sur l'emploi et le revenu global.

Par ailleurs, les employés pourraient ralentir leur rythme de travail et obliger l'employeur à leur offrir des heures supplémentaires afin d'augmenter leurs revenus. Finalement, la majorité des sceptiques s'entendent pour dire qu'il serait préférable de miser sur les embauches fermes et définitives afin de satisfaire les salariés.

Dissension entre cadres et employés

Un autre débat qui risque de soulever une forte polémique est la réalité à laquelle feront face les cadres et agents de maîtrise devant les salaires de leurs employés. Ainsi, dans le nouveau contexte, il sera possible pour les employés encadrés par ces gestionnaires de gagner plus que ces derniers, grâce aux heures supplémentaires.

Le point de friction porte sur l'impossibilité des cadres de comptabiliser les heures supplémentaires. Ils devront alors très souvent en faire plus que leurs employés pour moins. Les cadres ne seront donc pas rémunérés en fonction du travail effectué. On peut difficilement imaginer la situation sans aucun pépin.

Qu'en pensez-vous ? ■■

Jessen Roberge

Pour un complément d'information ou commentaires, veuillez contacter jroberge@communicationsgraphiques.org ou consulter le site web www.communicationsgraphiques.org.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Formation | Consultation | Analyse d'imprimabilité | R&D | Information
Veille technologique | Service de laboratoire indépendant

INSTITUT DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES DU QUÉBEC

999, avenue Émile-Journault Est, Montréal (Québec) H2M 2E2
Téléphone : 514 389-5061 . Télécopieur : 514 389-5840 . Site Internet : www.icgq.qc.ca

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

La commande en ligne facile

PrintSYS de Prisme Technologies

Le logiciel du concepteur québécois mise sur la convivialité de ses applications pour rationaliser la commande d'imprimés en ligne. Son ossature donne corps aux sites transactionnels de tout genre.

La simplicité est à l'origine du développement du système basé serveur de Prisme Technologies. PrintSYS fait fonction d'hébergeur et élimine l'achat de logiciel et le développement Internet complexe pour ses clients. Le principe de PrintSYS repose sur la commande d'imprimés administratifs pour des groupes avec multi-emplacements. Il a élargi son champ d'action en permettant la commande de documents et d'objets imprimés à partir de sites d'imprimeurs et grand public.

Un concept pour tous

PrintSYS en est à sa deuxième version depuis son lancement, en 2005. Les applications d'impression en ligne s'adressent aux imprimeurs qui ne disposent pas des ressources nécessaires pour exploiter un service de portail d'impression. De simple outil de commande, le système est devenu un portail intégré au centre de reprographie de l'entreprise cliente et de fournisseurs.

Le service étant à la base de la mise en œuvre du portail, le logiciel guide l'utilisateur pas à pas dans le processus de commande. Le portail est personnalisé en fonction de chaque entreprise cliente, qu'il s'agisse d'imprimeurs, de papetières, d'universités, de groupes pharmaceutiques, commerciaux ou gouvernementaux. Le système comporte une fonctionnalité d'édition en ligne qui permet aux utilisateurs autorisés de modifier les paramètres à leur image et en fonction des produits imprimés offerts. Une fois personnalisé à l'emblème de la société cliente (p. ex. SAQ, Coop fédérée, Mckesson Canada, STM, Vic Couleur et de nombreux autres imprimeurs), le portail constitue la structure de la façade du magasin en ligne ou du volet transactionnel du site web de l'entreprise.

Une fonction du programme permet de gérer le flux des commandes et de produire des rapports statistiques et de gestion, par exemple : origine des commandes, sommes dépensées par ce service en produits imprimés, nombre de commandes et types de documents inclus dans chaque commande.

Un dossier de fabrication électronique, incluant toutes les informations nécessaires à la réalisation du travail est fourni, puis le fichier imposé, haute résolution, est déposé dans le portail à l'intention de l'imprimeur.

Coup de pouce au prépresse

PrintSYS élimine les obstacles à l'impression, notamment les interventions manuelles à la réception de formats différents ou de mauvais positionnement des éléments à imprimer.

Prisme Technologies a développé le module PrintART qui permet l'édition de fichiers aux spécifications complexes. De plus, un algorithme de reconnaissance de polices de caractères accélère le travail de montage. Par

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

exemple, l'alignement horizontal d'un texte s'effectue automatiquement lorsque deux polices différentes ou des symboles sont utilisés. Le logiciel intègre des règles qui assimilent les spécifications du document à imprimer sans intervention d'un infographe.

Un des volets de commande porte sur les commandes récurrentes qui ne nécessitent pas de nouvelle saisie grâce à la fonction d'archivage. À cet effet, le module de gestion des fichiers adopte la forme d'une bibliothèque des travaux réalisés.

Bien que l'application ne comprenne pas de fonction d'imposition proprement dite, elle permet aux imprimeurs de grouper plusieurs cartes de formats différents sur une même forme imprimante. Il est également possible de commander une surimpression numérique sur une impression offset.

Prisme Technologies présentera d'ici peu un nouveau module de contrôle des fichiers en amont qui détectera les images ou polices manquantes et optimisera l'impression des documents.

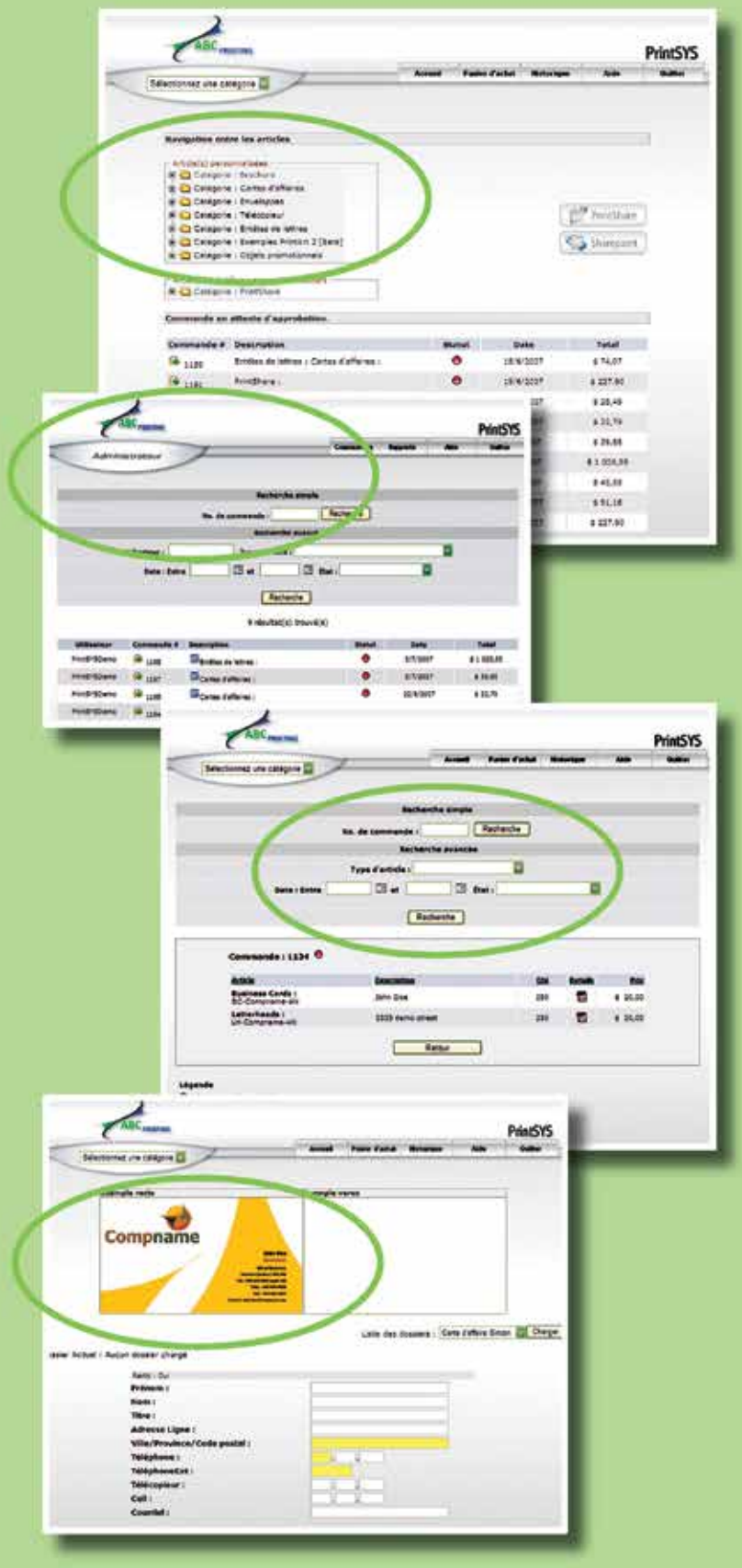
Transaction sous haute sécurité

Comme il s'agit d'un portail transactionnel, les concepteurs de PrintSYS utilisent des règles et des mesures de sécurité selon un cryptage SSL. Les documents sont approuvés en ligne via le module PrintArt. Une fois les documents validés, des fichiers haute résolution au format PDF sont automatiquement produits.

Retombée des développements

Utilisant ses applications conçues pour PrintSYS, la société vient de procéder au lancement d'un nouveau site web www.cadeauideal.ca. Ce portail transactionnel grand public permet de commander des objets imprimés personnalisés. L'impression est dirigée vers les imprimeurs utilisant PrintSYS. Le système devient, à sa façon, générateur d'affaires nouvelles. ■■

FB



Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Automatisation et collaboration

Workgroups 2007 de MetaCommunications

La suite logicielle Workgroups 2007 comprend quatre modules étroitement intégrés pour l'automatisation des tâches dans un environnement collaboratif. La dernière version compte pas moins de 50 nouvelles fonctions.

Le concepteur du progiciel de productivité et de gestion des procédés multiplateformes pour l'industrie graphique, MetaCommunications, a présenté une série de séminaires, sur invitation uniquement, afin de dévoiler sa nouvelle suite logicielle Workgroups 2007.

La suite Workgroups 2007 est compatible avec toutes les spécialités de l'industrie graphique, allant de l'impression commerciale, numérique et d'emballage jusqu'à la production vidéo et au développement de sites web. Elle compte plus de 750 installations dans le monde entier et jusqu'à 1 000 utilisateurs par installation. Parmi celles-ci mentionnons Time, Inc., Hearst Publishing, le ministère de la Défense des États-Unis, pour ne citer que trois grands ateurs. De nombreuses plus petites sociétés uti-lisent également le logiciel, dans sa totalité ou partiellement, en s'équipant de quelques modules uniquement.

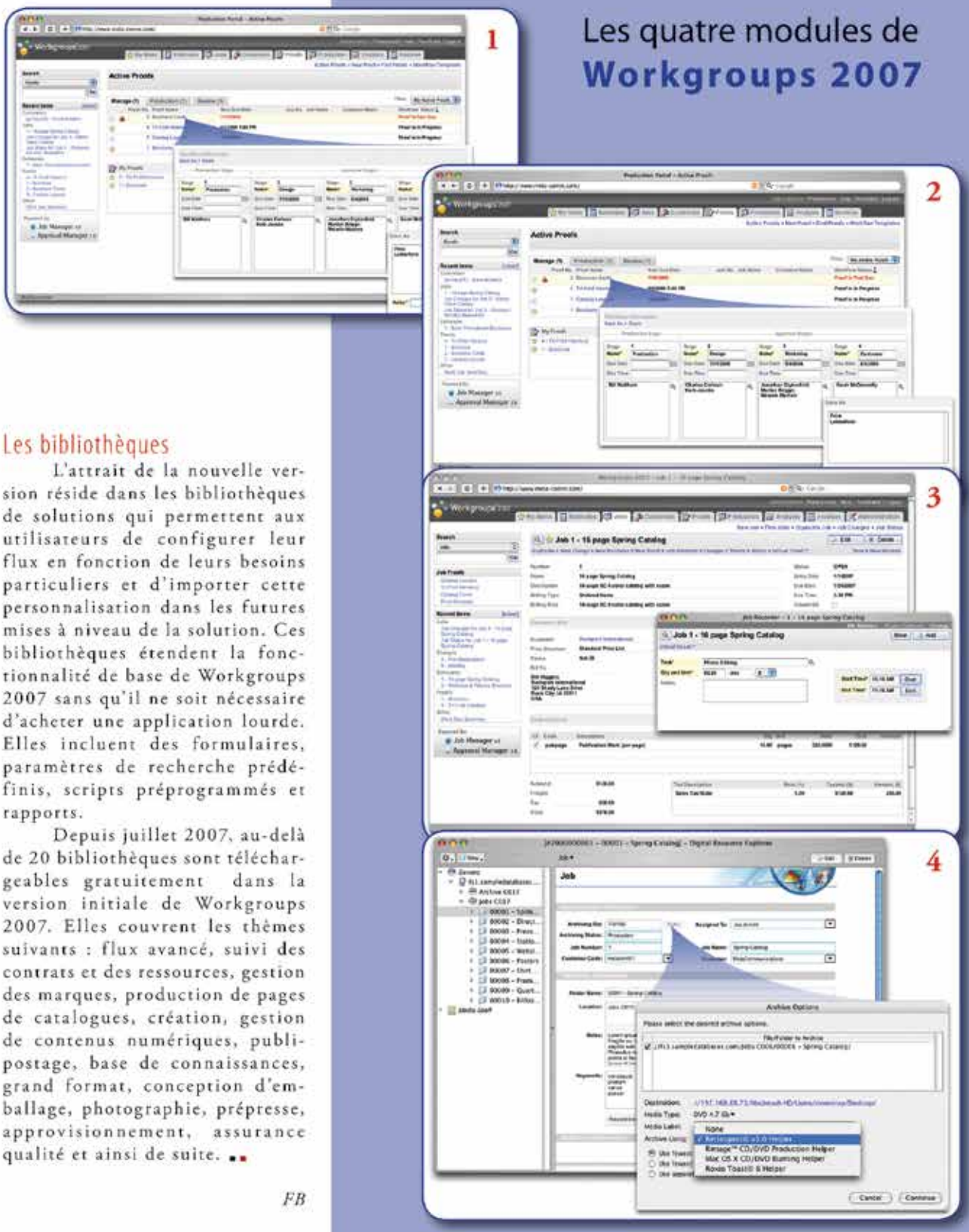
La suite Workgroups 2007, composée de quatre modules, est offerte sous forme modulaire et ouverte, laissant au client le choix de plateforme et de rythme d'évolution préféré, selon la croissance de l'entreprise. En plus des 50 nouvelles fonctions, la dernière version propose une nouvelle architecture de solutions prêtes à l'emploi permettant aux entreprises d'importer la fonctionnalité préintégrée. Baptisée Solution Libraries, il s'agit de bibliothèques de solutions d'assistance pour marchés verticaux et procédés spéciaux.

Les quatre modules :

- Le module Gestionnaire de projets (Job Manager) se compose d'outils de gestion financière permettant de créer des devis, de contrôler le coût des projets, de générer des rapports et des factures sur demande et de partager l'information avec les grands systèmes comptables.
- Le module Dossier de fabrication virtuel (Virtual Ticket) centralise toutes les composantes du projet et automatise la gestion des procédés en vue d'un gain de productivité, de temps et de qualité.
- Le module Gestionnaire de validation (Approval Manager) assure la gestion, le suivi et la planification des processus d'approbation au sein et au travers des environnements de création et de production.
- Le module Stockage numérique (Digital Storage Manager) optimise les serveurs de fichiers, le stockage quasi en ligne et les médias hors ligne.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Les quatre modules de **Workgroups 2007**



Les bibliothèques

L'attrait de la nouvelle version réside dans les bibliothèques de solutions qui permettent aux utilisateurs de configurer leur flux en fonction de leurs besoins particuliers et d'importer cette personnalisation dans les futures mises à niveau de la solution. Ces bibliothèques étendent la fonctionnalité de base de Workgroups 2007 sans qu'il ne soit nécessaire d'acheter une application lourde. Elles incluent des formulaires, paramètres de recherche prédéfinis, scripts préprogrammés et rapports.

Depuis juillet 2007, au-delà de 20 bibliothèques sont téléchargeables gratuitement dans la version initiale de Workgroups 2007. Elles couvrent les thèmes suivants : flux avancé, suivi des contrats et des ressources, gestion des marques, production de pages de catalogues, création, gestion de contenus numériques, publipostage, base de connaissances, grand format, conception d'emballage, photographie, prépresse, approvisionnement, assurance qualité et ainsi de suite. ■■

FB

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Simulation 3D des imprimés

RealVue 3D de FFEI

Le logiciel de simulation visuelle 3D pour les médias imprimés s'adresse aux imprimeurs, éditeurs et créatifs. Il accélère les processus de conception, de présentation et d'approbation.

La société FFEI, ancienne division de Fujifilm devenue société privée en novembre 2006, a lancé, à Graph Expo 2007, un logiciel de visualisation des projets imprimés en trois dimensions. Partant de la technologie existante d'un logiciel tourne page, la société a multiplié les fonctions et conditions de visualisation d'un imprimé afin de rationaliser le processus de création-validation d'un imprimé ou d'une campagne publicitaire.

Le logiciel produit un fichier java, indépendant de plate-forme, qui permet à tout utilisateur d'ordinateur d'afficher le document imprimé, de tourner les pages, de faire pivoter l'angle de visualisation et d'agrandir les détails. Il est de plus possible de modifier les conditions de visualisation et les caractéristiques d'impression, notamment le grammage, le fini et la texture du papier.

L'objectif du logiciel de simulation est d'évaluer l'impact des caractéristiques d'impression avant d'engager des dépenses de production, offrant aux agences de publicité, aux imprimeurs et à leurs clients de « sentir » le produit fini avant son impression.

RealVue 3D est conçu comme un plugiciel modulaire d'Acrobat d'Adobe et il est offert en deux versions. RealVue 3D Standard, offre une fonctionnalité de visualisation de base et plusieurs paramètres réglables. La mise à niveau vers la version RealVue 3D Professional est simple et accroît les fonctions. Cette version comprend des fonctions avancées, dont la visualisation du vernis sélectif et machine (général), la reliure, l'épaisseur du papier, les gabarits et la mise en valeur de la marque.

FFEI a déjà annoncé une mise à niveau de la version Professional, dès l'année prochaine. À ce moment, des fonctions telles que le gaufrage, le pliage spécial, les découpes et la dorure viendront s'ajouter à la version initiale. La société propose également de personnaliser RealVue 3D pour les entreprises et partenaires ayant des besoins d'impression ou de visualisation particuliers.

En plus d'une simulation complète des caractéristiques d'impression, RealVue 3D permet de visualiser simultanément plusieurs fichiers 3D. Cette possibilité permet la présentation d'une campagne publicitaire complète qui inclut plusieurs produits imprimés, comme des brochures, des annonces, des présentoirs, etc., ou simplement la possibilité de visualiser plus d'une solution à un concept donnée.

Un fichier RealVue 3D s'obtient en quelques secondes à partir de fichiers PDF. Il peut être structuré en pages prêtes à imprimer ou pages de conception. ■■

FB

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Quel est le **reflet** de **notre industrie** ?

L'imprimerie est, encore trop souvent, ignorée et cède l'avant-scène à des métiers plus spectaculaires. Pourtant, l'industrie graphique est riche de réalisations et est un moteur de l'économie.

Récemment, je relisais les conclusions du rapport du premier Forum du CPISC (Canadian Printing Industry Sector Council), qui s'est tenu à Toronto en juin dernier. C'est en prenant connaissance des observations qui ont découlé des multiples discussions que j'ai constaté à nouveau la trop grande discrétion de notre industrie.

Durant ce Forum, plusieurs panélistes des arts graphiques ont échangé sur une foule de sujets d'actualité tels que la formation, le recrutement, la rétention des employés, l'éducation, l'augmentation des coûts de main-d'œuvre, les faibles salaires des apprentis, les marges bénéficiaires, etc. C'est bien beau d'en parler et d'en reparler, mais tous étaient d'accord sur un point : il est temps de changer notre image et surtout de l'actualiser avant qu'il ne soit trop tard.

Nous sommes des experts au service des professionnels de l'image. Mais que faisons-nous pour soigner notre propre image?

Il est bien connu dans notre milieu que les imprimeurs sont les enfants pauvres du marketing. Nous investissons des millions de dollars dans les plus récents équipements et les dernières technologies, mais très peu dans le positionnement de notre industrie. Trop peu d'efforts sont mis sur la valorisation et la différenciation de chacun des secteurs d'activité de notre communauté, notamment l'impression commerciale sur presses offset à feuilles ou rotatives, l'impression numérique statique ou à données variables, la flexographie, la sérigraphie.

Il n'est pas péjoratif de dire que notre industrie est en continuelle mutation, bien au contraire. Celle-ci nous force à chercher de nouvelles solutions qui souvent nous arrivent avec la relève, qui n'est pas tributaire d'un modèle.

Je pense sincèrement (et ne suis pas le seul) que, en 2007, une imprimerie n'est plus une « shop » où les pressiers sont couverts d'encre, mais bien un environnement de plus en plus sophistiqué. Un tel environnement nécessite des ressources compétentes en informatique qui maîtrisent les principes fondamentaux des arts graphiques. Les gens compétents sont attirés par une industrie vigoureuse, stimulante et proactive.

Il est grand temps que notre industrie se mette en valeur afin de recruter et de séduire une nouvelle génération d' « artisans » qui est « venue au monde entre deux clics » .

Nous n'avons rien à envier aux autres industries. La nôtre existe depuis déjà plusieurs siècles, et elle est un moteur important de notre économie. Notre industrie est aussi discrète qu'un simple imprimé qui ne demande qu'à être découvert. Il faut faire éclater cette image et davantage démystifier tout ce qui permet la réalisation d'un imprimé. Il faut valoriser tout l'essor technologique de notre industrie.

À vous d'agir ! ▪▪

Christian Barbe
Président
des Artisans des arts graphiques de Montréal

Notre industrie est aussi discrète qu'un simple imprimé qui ne demande qu'à être découvert.

Les Artisans des arts graphiques de Montréal

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

(suite de la page 25)

Trancher une fois pour toutes ! Les massicots automatiques

lui-même les piles de papier.

Une étude d'ergonomie récente effectuée dans l'atelier de reliure de l'imprimerie de St-Jean-sur-Richelieu a recommandé l'ajout de deux tables pour faciliter le travail du massicotier. « Nous avons ajouté entre deux de nos massicots Polar une table vibrante qui facilite l'alignement des feuilles. De plus, une table élévatrice à l'entrée évite désormais d'avoir à soulever les piles de papier », précise Ghislain Larochelle. « Autre amélioration ergonomique, lorsque le bac de récupération des rognures de papier adjacent à la table de coupe est plein, il est basculé directement dans le compacteur. L'opérateur n'a plus à le soulever pour le vider. »

Un grand nombre d'options

Les Allemands dominent par leur présence sur le marché des massicots. Les principaux constructeurs sont : Polar Mohr, Perfecta, Wohlenberg, Heidelberg, Schneider Senator et Bowe.

De la version entièrement manuelle au dispositif totalement automatisé, la gamme de massicots se décline en de nombreux modèles. Les principaux facteurs de décisions portent sur l'ouverture du massicot qui va de 66 cm à 200 cm, le nombre de coupes à l'heure et le nombre de feuilles traitées en même temps. Dans le cas d'une chaîne de coupe complète, la compatibilité du massicot avec les autres périphériques devient un élément clé.

« Pour nous, explique Rolland Gratton, vice-président de Reliure Montréal Gratton, membre du Groupe finition Sélecte, la facilité de préréglage des massicots était un critère de première importance. Il y a quatre ou cinq ans, nous avons fait l'acquisition de nouvelles machines de marque Wholenberg et Polar. Ces équipements permettent entre autres des économies de coûts et une augmentation importante du nombre de coupes à l'heure. »

Les lames, version moderne

Les lames ont aussi fait l'objet d'améliorations marquantes au cours des ans. Cette pièce étant la plus importante du massicot, son entretien et sa qualité ne doivent jamais faire défaut. Le changement de lame étant une opération dangereuse, les fabricants se sont donc concentrés sur la sécurité. L'une des innovations les plus remarquables à ce chapitre est sans doute celle de Polar Mohr ; il s'agit d'un dispositif permettant le remplacement de la lame par l'avant, à l'aide d'un élévateur de lame. Le réglage se fait par la suite, au point mort bas.

Polar Mohr a aussi mis au point une lame qui souffle de l'air comprimé, créant une couche d'air entre la lame et les rognures ; celle-ci bloque l'effet électrostatique qui faisait coller des résidus de papier ou autre à la lame, préservant la qualité de la coupe et le tranchant de la lame.

Nul doute que les innovations apportées à l'invention de Guillaume Massicot en un siècle et demi ont fait de ce dispositif l'un des plus sûrs de l'atelier de finition d'aujourd'hui. ▪▪

Hélène Simard

Saviez-vous que...

Au Moyen Âge, les éditeurs et les libraires n'avaient pas le droit de s'installer ailleurs qu'à proximité d'une université. Aussi, la Sorbonne accueille-t-elle la 1e bibliothèque de France en lettres et sciences humaines : plus de trois millions de volumes ! Elle héberge également la première imprimerie de France en 1470 et cache la première imprimerie de la Résistance en 1941.
http://www.notrefamille.com

Tout ordinateur connecté à un réseau informatique est potentiellement vulnérable à une attaque.

Une « attaque » est l'exploitation d'une faille d'un système informatique (système d'exploitation, logiciel ou bien même de l'utilisateur) à des fins non connues par l'exploitant du systèmes et généralement préjudiciables. Dans internet des attaques ont lieu en permanence, à raison de plusieurs attaques par minute sur chaque machine connectée. Ces attaques sont, pour la plupart, lancées automatiquement à partir de machines infectées (par des virus, chevaux de Troie, vers, etc.), à l'insu de leur propriétaire. Plus rarement il s'agit de l'action de pirates informatiques. Afin de contrer ces attaques il est indispensable de connaître les principaux types d'attaques afin de mettre en oeuvre des dispositions préventives.
http://www.commentcamarche.com

À l'été 2007, 31 % des concepteurs et des producteurs d'imprimés ont indiqué qu'ils avaient travaillé à des projets d'imprimés personnalisés, avec données variables ou ciblés.
Source : IM Design & Production # 23 Executive Report 05.17.07

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

calendrier

octobre ■ novembre ■ décembre

Formations multi-entreprise offertes par l'ASP imprimerie

Conduite préventive du chariot élévateur
- Jeudi 4 octobre 2007 – 8 h 30 à 12 h
- Jeudi 15 novembre 2007 – 8 h 30 à 12 h

Le SIMDUT en imprimerie
- Jeudi 4 octobre 2007 – 13 h 30 à 15 h 30
- Jeudi 15 novembre 2007 – 13 h 30 à 15 h 30

Adopter une démarche ergonomique
- Mardi 16 octobre 2007 – 8 h 30 à 16 h 30

Élaborez votre procédure d'évacuation en cas d'incendie
- Mardi 30 octobre 2007 – 8 h 30 à 12 h

Réception et expédition des marchandises dangereuses
- Mardi 30 octobre 2007 – 13 h 30 à 15 h 30

Les formations sont données dans les locaux de l'ASP imprimerie 7450, boulevard les Galeries-d'Anjou, Anjou, bureau 450. Pour consulter les syllabus de cours ou pour vous inscrire en ligne : www.aspimprimerie.qc.ca sous la rubrique Formation. Pour information : 514-355-8282

Séminaires de l'ICGQ

Adobe InDesign CS3	10-17-24 octobre
Adobe InDesign CS3	4-11-18 décembre
Adobe InDesign CS3-Avancé	30 octobre et 6 novembre
Adobe Photoshop CS3-Volet création	11-18-25 octobre
Adobe Photoshop CS3-Volet production	13-20-27 novembre
Ateliers pratiques en mélange de couleurs	16-23-30 octobre
Chaîne graphique	1er novembre au 6 décembre
Communications interpersonnelles	15-22 octobre
Contrôle de la qualité en flexographie	22-29 octobre
Contrôle de la qualité en impression	23-30 novembre
Création d'animations et de sites web dans Flash CS3	20-27 octobre, 3-10 nov.
Création de sites web avec Dreamweaver CS3	24 novembre, 1er-8-15 déc.
De la création à l'impression : les incontournables	30 nov. et 7 décembre
Encres, papiers et solutions de mouillage	1er-15 décembre
Gestion de projets rentables	13-20-27 novembre
Gestion des PDF en prépresse Adobe Acrobat 8	19-26 octobre
Gestion des PDF en prépresse Adobe Acrobat 8	10-17 décembre
Gestion et direction artistique	20-27 novembre, 4-11 décembre
Illustrator CS3	7-14 décembre
Impression d'emballages et bases en flexographie	19-26 octobre
Impression d'emballages et bases en flexographie	10-17 décembre
Introduction à la couleur et à la spectrophotométrie	6-7 décembre
Introduction à la suite Créative CS3	30-novembre
La photographie numérique et traitement de l'image	21-28 nov., 5-12 déc.
Le choix ultime d'un papier : ce qu'il faut savoir	23-30 novembre
Le client, ça concerne tout le monde	19-26 octobre
Le leadership	29 novembre, 6-13 décembre
Le PDF interactif et le formulaire	22-29 novembre
Le vendeur pro-actif	2-9-16-23 novembre
Marketing et stratégies de vente d'un concept graphique	2-9-16 novembre
OK de presse	31 octobre
Opération d'une presse à feuilles informatisée avec CP2000	7-14 décembre
Optimisation du temps	19 novembre
Perfectionnement en flexographie	10 octobre au 28 novembre (soirs)
Perfectionnement en flexographie	7-14-21-28 novembre
Photomontage pour le Web	12-19-26 novembre
Prépresse 2 : chevauchement des couleurs et trames	7-14 novembre
Présentations performantes – Le secret des orateurs	10-17 décembre
Productivité et outils statistiques de base	21-28 novembre, 5 décembre
QuarXPress 7.2	29 octobre et 5 novembre
Résolution de problèmes d'impression sur presse rotative offset	28 novembre et 5 décembre
Suite Créative CS3 d'Adobe et gestion de couleur ICC	8-15 décembre
Techniques de créativité-Niveau 1	23-30 octobre
Techniques de créativité-Niveau 2	21-28 novembre

Spectacle-bénéfice

Imprime-Emploi présente son 2e spectacle-bénéfice avec Dan Bigras et les Moquettes Coquettes
Date : 20 novembre 2007
Lieu : Lion d'Or, 1676, rue Ontario Est, Montréal
Heure : 19h30 - le spectacle est précédé d'un cocktail dînatoire
Prix : 125 $
Contact : 514.277-7535 ou communications@imprime-emploi.com

Annoncez vos activités, événements, journées portes ouvertes, séminaires, conférences ou présentations des prochains mois dans nos pages. Envoyez tous les détails à :
redaction@qi-quebecimprimerie.com

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Parce que vous devez être bien renseigné pour prendre des décisions éclairées, assurez-vous de recevoir votre magazine **Qi – Québec imprimerie**

Le magazine qui vous garde à la fine pointe de l'information graphique !

BIENTÔT UN AN !

Ne payez rien jusqu'en 2008 ! Assurez-vous de continuer de recevoir votre magazine Qi gratuitement jusqu'en janvier 2008 en vous abonnant immédiatement.

Encore gratuit pour une durée limitée !

Abonnez-vous / Abonnez un autre professionnel de l'industrie graphique
En ligne : www.qi-quebecimprimerie.com/abonnnement
Par la **poste** : C.P. Marquette 37302, Montréal (Québec) H2E 3B5

Prénom _____ Nom _____
Société _____ Titre _____ Service _____
Adresse _____ Ville _____
Province _____ Code postal _____
Tél. _____ Courriel _____
Site web _____

Qi - Québec imprimerie, *le magazine appuyé par les quatre organismes de l'industrie graphique du Québec : AAGM, ASP imprimerie, CSMOCGQ, ICGQ*

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Liste des entreprises citées dans ce numéro

A
Adobe 44
Agfa 13,15,21,34
Alwan Color 15,17,
ArtQuest 37
Artwork Systems 21
Avery Dennison 19

B
Baldwin Technologies 10
Beijing Founder ElecRoc 21
Bertlesman 19
Bombardier 6
Bowe 46

C
Canon 17,34
Compose System 16
Coop fédérée 40

D
Dalim Software 16
Day International 9,10,11
DuPont 13,14
Dynagram 20

E
Epson 13,14,17,21,34,37

F
FFEI 44
Fuji Xerox 33
Fujifilm 14,18,21,34,44

G
GMG Amériques 12
GMG Color 12,15
Goss International 33,34

H
Hearst Publishing 42
Heidelberg 6,8,13,14,21,46,C2
HP 7,17,34
Hydro Québec C3

I
Ikea 29
Imprimerie Pazazz 13,17

J
Jiangsu Xinhuabai Printing Co. 33

K
K2 impressions 12,13,14
Kodak 13,15,34
Komori 34

M
MacDermid Printing Solutions 9,10,11
Mckesson Canada 40
MetaCommunications 42

O
Océ 34

P
Papier Coast C4
Pantone 13,14
Perfecta 25
PerfectProof 15,16
Polar Mohr 24,25,46
Prisme Technologies 40,41

Q
Quebecor World 19,24,25
Quebecor World Canada 28,29

R
Alliance 26
Reeves 9
Reliure Montréal Gratton 25,46
RR Donnelly 19

S
SAQ 40
Schneider Senator 46
Serendipity Software 17
Shandong Hongjie Printing Co. Ltd. 33
Solisco - Caractera 12,13
STM 40

T
TGLC 15
Tianjin Evening News 34
Time, Inc. 42
Transcontinental 6,19,23
Transcontinental Litho Acme 6,8

U
Ultimate Technologies 16

V
Vic Couleur 40

W
Wenhui Xinmin United Press Group 33
Wohlenberg 25,46

X
Xerox 36,37
X-rite 15,34

Z
Zins Beauchesne et associés 30

Lisez les nouvelles de l'industrie en ligne !

- Événements
- Entreprises
- Logiciels
- Nominations
- Produits
- Récompenses

Les actualités de Qi – Québec imprimerie sur

www.qi-quebecimprimerie.com

mises à jour périodiquement

Envoyez vos nouvelles à redaction@qi-quebecimprimerie.com

Remarques importantes

Les symboles de marque, déposée ou non, n'apparaissent pas à côté de chacun des produits et services. Veuillez toutefois noter que tous les logos, noms de produits et marques de commerce sont la propriété de leur détenteur respectif et peuvent être déposés dans certaines juridictions.

L'information publiée dans le présent numéro est livrée au meilleur de notre connaissance. Pour plus de détails sur une entreprise ou un produit, veuillez consulter directement l'entreprise concernée.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Résistance ou solidité à la **lumière**, comment l'évaluer ?

Vous avez certainement déjà remarqué que la durée de vie des affiches et autres images imprimées qui sont exposées à la lumière du soleil est beaucoup plus courte que celles qui sont conservées à l'abri de celle-ci.

Le type de pigment est le principal facteur qui déterminera la résistance d'une encre à la lumière.

Tout imprimé qui sera affiché dans une vitrine ou qui sera exposé à la lumière du soleil pour une longue période perdra tranquillement ses couleurs et deviendra éventuellement incolore. Dans un imprimé composé des couleurs de la quadrichromie (cyan, magenta, jaune et noir), le magenta disparaîtra en premier, puis suivront le jaune, le cyan et le noir.

Le rôle des pigments

La résistance à la lumière d'un imprimé dépend en tout premier lieu du type de pigment. Les autres facteurs de résistance sont la quantité de pigment, soit l'épaisseur du film d'encre déposé sur le support d'impression, le type de lumière auquel l'imprimé est soumis, ainsi que le pourcentage d'humidité ambiante. Le choix du support est également important. Par exemple, un imprimé sur un support qui jaunit avec le temps, comme le bois et certains types de papier journal, jaunira également.

Il reste que le type de pigment est le principal facteur qui déterminera la résistance d'une encre à la lumière. Pour déterminer sa résistance à la lumière, il faut imprimer un aplat avec une couche d'encre standard de 1,5 g/m² pour une encre d'une densité de 1,0 g/ml (selon les normes DIN 16519 et DIN 16525). Cet aplat est ensuite exposé sous une lampe au xénon qui fournit un éclairage proche de la lumière du jour. Le résultat obtenu est calculé selon l'échelle de la laine bleue. Cette échelle composée de 8 degrés mesure la sensibilité des couleurs à la lumière. Ces degrés sont normalisés ISO pour spécifier la sensibilité à la lumière d'après 8 teintures bleues sur laine, 1 correspondant à une très faible solidité et 8 à une très grande solidité à la lumière. Par ailleurs, un test en aplat ne signifie pas nécessairement que l'impression quadri offrira une résistance égale. Pour un test sans équivoque, il faut tester l'imprimé final sur son support.

Les facteurs connexes

Pour connaître la durée de la résistance à la lumière, il faut corréler le nombre d'heures d'exposition à la lampe au xénon, ou le degré de laine bleue, avec le nombre de jours ou de semaines d'exposition à la lumière du jour. Ainsi un degré 3 signifie une exposition de 4 à 8 jours sous un soleil d'été ou de 2 à 4 semaines sous un soleil d'hiver sans altération de la couleur. Un degré 8 ou plus signifie qu'il n'y aura pas de changement de couleur avant 1 an et demi d'exposition sous un soleil d'été.

La position géographique et le temps de l'année auront une influence sur l'intensité lumineuse, donc sur la résistance à la lumière de l'imprimé. En hiver, un imprimé exposé au soleil résistera moins longtemps en Floride qu'au Québec.

Les questions à poser

Quand la résistance à la lumière est un facteur important d'une commande d'impression, demandez au client quel sera l'emplacement prévu ou la destination finale de l'imprimé avant de procéder au contretypage des couleurs (reproduction d'un modèle d'encre).

L'imprimeur doit savoir où et dans quelle condition sera exposé le produit qu'il imprime. Il pourra alors choisir des pigments ayant une résistance plus grande à la lumière. Comme ces pigments sont souvent plus chers et le choix des teintes plus restreint, une collaboration plus étroite avec le client est essentielle. ■■

Karine Lapointe

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 6** – octobre-novembre 2007 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**