Numéro 14
février - mars 2009
5,95 $

Québec Imprimerie

Le magazine des professionnels de la chaîne graphique

QuarkXPress 8

La perforation

Affluence en baisse aux salons

Les Encres Ultra

Quand insertion rime avec impression

En Beauce

Des contenus structurés

Vision de HP Canada

Le jet d'encre

Une technologie polyvalente et **Une révolution annoncée**

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Les produits Saphira HEI PERFORMANCE sont aussi disponibles sur notre service Online Shop.

Chez Heidelberg Canada, vous trouverez une grande sélection de produits consommables Saphira, approuvés et en accord avec vos systèmes de production. L'expérience de Heidelberg est en prime vous offrant un ratio prix performance sans pareil. En fait, tout ce dont vous avez besoin pour un résultat parfait et ce d'un océan à l'autre.

HEIDELBERG

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

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

éditorial
Le double sens de la durabilité **5**

image
QuarkXPress 8... Des nouveautés et de l'originalité **6**

Le jet d'encre

Une technologie polyvalente **12**
Une révolution annoncée **18**

industries
Affluence en baisse aux salons **20**
Les Encres Ultra, une entreprise propre, propre, propre **24**

interprétation
Regard neuf **26**

intégration
Des contenus structurés pour une meilleure navigation **30**

intervention
Continuer d'embrasser la nouveauté - Selon HP Canada **32**

initiatives
Imprime-Emploi : quand insertion rime avec impression **34**
Une visite chez Scientific Games **36**
Un nouveau cadre d'apprentissage en Beauce **37**
Un débat criant d'actualité **38**

impression postpresse
La perforation, bien plus que des trous… **40**

impression lecture
Voyage dans le temps **43**

ICGQ / Collège Ahuntsic
Partenaire de l'industrie, pour une relève qualifiée **44**

ingéniosité
Les systèmes d'épreuve à jet d'encre, une question pigmentée… **50**

Concours Écoresponsabilité Qi **C3**

Artisans des arts graphiques de Montréal 10
Association paritaire de santé et de sécurité du travail 42
Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec 28
Institut des communications graphiques du Québec 45

Calendrier 46

sommaire

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Programme de perfectionnement pour les travailleurs de l'Industrie et les travailleurs autonomes

En collaboration avec Emploi-Québec

Une offre exceptionnelle !

48,00$

Mélange des couleurs (24 heures)

Les lundis 9, 16 et 23 mars de 8 h à 17 h

OBJECTIFS

– Comprendre et évaluer la couleur
– Connaître les bases en mélange des couleurs
– Améliorer et accélérer les mélanges de couleurs
– Faciliter l'approbation visuelle et avec un spectrophotomètre

CLIENTÈLE

Cette formation pratique est destinée à toute personne impliquée dans le mélange et l'approbation des couleurs en laboratoire ou sur presse (offset, flexo, sérigraphie, rotogravure) :
– Responsable des approbations sur presse
– Pressier / Apprenti pressier
– Contremaître aux presses
– Mélangeur et responsable de la chambre à encres

Résolution de problèmes pour impression offset (8 heures)

Le samedi 14 mars de 8 h à 17 h

OBJECTIFS

– Maîtriser les méthodes de résolution de problèmes appliquées au domaine de l'imprimerie
– Comprendre la source du problème en regardant un échantillon imprimé
– Améliorer votre compréhension des défauts d'impression et des instruments d'analyse
– Développer un processus de validation des solutions et de feedback

CLIENTÈLE

– Pressier et contremaître aux presses
– Superviseur de production
– Toute personne impliquée au contrôle de la qualité
– Représentants aux ventes et autres personnes impliquées dans le service client

16,00$

Communiquez avec nous dès aujourd'hui!
Les places sont limitées!

INSTITUT DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES DU QUÉBEC

sgeoffrion@icgq.qc.ca
999, avenue Émile-Journault Est, Montréal (Québec) H2M 2E2
Tél. : 514 389-5061 Fax: 514-389-5840 www.icgq.qc.ca

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Le **double sens** de la **durabilité**

En cette période de lutte à la survie des entreprises où la perturbation du paysage graphique met en péril l'avenir de professionnels de qualité dans l'industrie, la notion de durabilité au sens de développement durable évoque surtout son sens premier de durabilité tout court.

La créativité des stratégies marketing et financière se conjugue sur un fond d'ancrage. Si des entreprises continuent de croître, d'autres s'amarrent à des ficelles d'espoir. La stratégie de développement durable des pratiques environnementales s'applique désormais aux modèles d'affaires où créativité et modèles d'affaires sont deux vecteurs de croissance.

La proactivité et l'efficacité marketing en périodes difficiles doivent être au rang des préoccupations des entreprises. Les auteurs d'une étude publiée par l'Université d'État de Pennsylvanie[1] à la fin du précédent ralentissement économique révèlent que plus une entreprise applique un marketing proactif en temps de récession, meilleur sera son rendement commercial et d'affaires. Selon eux, les entreprises qui investissent en marketing envoient un signal rassurant à leurs clients. De plus, durant une récession, la réduction des coûts associée à une meilleure efficacité marketing devrait accroître les performances de l'entreprise. Enfin, ils constatent qu'il peut être nécessaire de prendre des risques dans des conditions adverses afin d'assurer la survie et la croissance de son entreprise.

La croissance de son entreprise, c'est celle du propriétaire et celle des employés pour le rôle important que chacun y joue. C'est aussi la collaboration avec ses partenaires de la chaîne graphique et la bonne entente avec les fournisseurs. La santé économique d'une industrie n'est pas un fait isolé, elle est le résultat d'une concertation de chacun des secteurs qui la compose. Des exemples d'entraide ou d'intervention des différents acteurs de l'industrie soucieux du succès de leur entreprise et des entreprises tierces commencent à percer. La concertation se joue donc à différents niveaux et le succès des uns dépend du succès des autres.

Le capital humain et matériel faisant partie de cette stratégie gagnante, les centres de formation gravissent des échelons en s'équipant et en s'organisant mieux. Cette tendance des derniers mois au Québec vient renforcer la qualité de la main-d'œuvre qui sortira des écoles et des collèges spécialisés en communications graphiques. Elle vient appuyer l'investissement des entreprises dans une stratégie de proactivité et de développement durable.

Les mouvements amorcés dans l'industrie graphique et le tissage de liens entre les intervenants pour résister à la décomposition du système bancaire mondial doivent être sources de ralliement et d'espoir. C'est dans cet esprit que renaît la Semaine de l'imprimerie (imprimerie au sens large englobant l'ensemble de la chaîne graphique), au cours de laquelle auront lieu de nombreuses activités et présentations, ainsi que la soirée du Gala Gutenberg et l'exposition des pièces lauréates. Cette Semaine sera un lieu de rencontre, une invitation à venir partager ses expériences, à découvrir des technologies, des trucs marketing et à écouter de fervents professionnels qui ont, par monts et par vaux, traversé des crises et vécu des réorganisations du milieu.

L'imprimerie est une sphère d'endurance. Elle a chevauché les siècles en s'adaptant aux différentes technologies. Elle est encore là et en perpétuelle mutation. Les moyens modernes de production mettent à la disposition des cavaliers et cavalières de l'industrie des forces supplémentaires pour harnacher l'énergie qui continue de passer dans la transmission des communications imprimées.

France Brodeur

P.S. : N'oubliez pas de contacter Qi si, en plus d'être durables, vous êtes écodurables !

[1] Lilien, Gary L., Rangaswamy, Arvind and Srinivasan, Raji (2002). *Turning Adversity Into Advantage: Does Proactive Marketing During a Recession Pay Off*? Pennsylvania State University

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
Mylène Augustin
Christian Barbe
Diane Beauséjour
Jean-François Fecteau
Denise Laganière
Karine Lapointe
Nycole Messier
Hélène Simard
Benoît Tougas
Thérèse Marie Weis
Islem A. Yezza

CORRECTION D'ÉPREUVES
Amélie Cusson

IMPRESSION
Institut des communications graphiques du Québec
Papier couverture Productolith distribué par Papier Coast

PUBLICITÉ
514 543-5666
publicite@qi-quebecimprimerie.com

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

ABONNEMENT EN LIGNE
www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement

RECEVEZ LES BRÈVES EN LIGNE
Chaque semaine, découvrez ce qui se passe ici et ailleurs. Inscrivez-vous directement à : www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement

Qi – Québec imprimerie est publié six fois par année

Éditeur : Les Éditions FBcube
C.P. Marquette 37302
Montréal (Québec) H2E 3B5 CANADA
Tél. : 514 543-5666

Toute reproduction, représentation, traduction ou adaptation intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, est interdite sans l'autorisation écrite des Éditions FBcube.
© 2009 Éditions FBcube – Tous droits réservés.

Dépot légal – 1er 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 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

QuarkXPress 8...

Des **nouveautés** et de **l'originalité**

La dernière version QuarkXPress 8 propose des innovations majeures après une large consultation de la clientèle.

Le rhabillage de l'interface et la simplification des outils de création s'imposent immédiatement aux yeux de l'utilisateur.

Personne n'oserait aujourd'hui minimiser l'influence de la concurrence entre Quark et Adobe concernant l'évolution de leur logiciel de mise en page respectif, XPress et InDesign. L'enjeu est de taille, car il s'agit des logiciels d'entrée dans le processus de création des fichiers qui seront imagés sur presse.

Les nouveautés que leurs derniers rejetons nous proposent consistent, d'une part, en rattrapage par rapport à ce que fait le concurrent et, d'autre part, en innovations originales et typiques reflétant la philosophie profonde de chacun de ces développeurs. Qi a examiné pour vous les deux versions. Dans ce numéro, nous vous présentons la version 8 de QuarkXPress.

Critiqué pour son prix élevé à la fin des années 1990, le prix du logiciel n'a cessé de diminuer depuis 2007. Quark a offert gratuitement la mise à jour vers la version 8 aux nouveaux acheteurs de la version 7 ou à ceux qui avaient acheté la mise à jour vers la version 7 durant deux mois l'été dernier.

QuarkXPress par Quark

Les propos qui suivent ont été recueillis auprès de Sophia Farina, Responsable du Marketing d'entreprise, Andrew Bartlett, Responsable des produits techniques, et Chris Luger, Services techniques chez Quark.

Qi : Qu'est-ce qui a stimulé Quark à redessiner l'interface de QuarkXPress ?

Quark : QuarkXPress existe depuis 20 ans, et nous voulions redessiner son interface afin de l'actualiser et la rendre compatible avec la plupart des autres applications. Quark a voulu la remettre en phase avec les nombreux autres outils qui existent sur le marché. À la demande de nos utilisateurs, nous voulions assurer le confort d'un environnement uniforme.

À titre d'exemple, au chapitre de la convivialité, nous avions auparavant 23 outils de conception de blocs, nous les avons ramenés à 6. Les utilisateurs peuvent travailler et interagir directement dans la page et accomplir à peu près toutes les tâches, comme les rotations et le dimensionnement des images, le recadrage et la rotation, sans devoir utiliser un outil différent. Cela entraîne une grande économie de temps et d'argent.

(De g. à dr.) Chris Luger, Services techniques, Sophia Farina, Responsable Programme marketing d'entreprise, Andrew Bartlett, Responsable Produits techniques de Quark

Nous voulions présenter quelque chose de simple pour que les utilisateurs puissent commencer à l'utiliser immédiatement. Quark a toujours tenu compte de l'utilisateur en premier. Depuis la première version de QuarkXPress, tout a changé en commençant par les ordinateurs, la résolution, etc. Les versions précédentes ont naturellement évolué en conséquence, mais la version 8 représente réellement un environnement moderne de production.

Nous avons fait appel à un designer d'icônes italien, et chacune des icônes a été modifiée dans l'ensemble de l'interface. Lorsque l'utilisateur regarde une icône, il sait tout de suite de quoi il s'agit. De plus, l'interface a été modifiée de manière à indiquer clairement où se trouvent les applications.

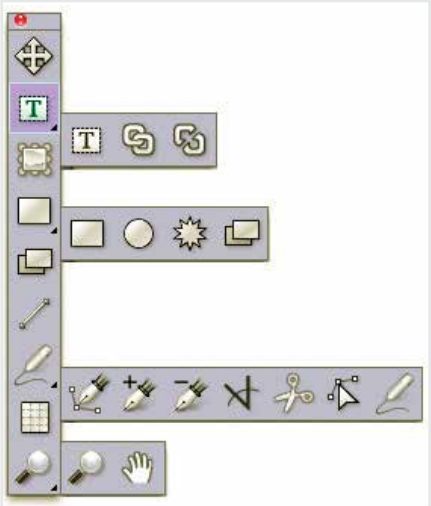
Qi : Plusieurs des fonctions apportées se trouvent dans InDesign, mais il y a encore des

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

limites, comment prévoyez-vous les faire évoluer ?

Quark : Quark a apporté des ajouts qui vont au-delà de ceux retrouvés dans InDesign. Il est vrai cependant que les graphiques et tableaux sont encore considérés comme des objets. Ils ne deviennent interactifs que lorsqu'ils sont connectés au programme tiers. Nous avons dû établir des priorités lors de la publication de la version 8, et nous sommes conscients que l'interactivité des tableaux et graphiques est importante. Nous y travaillons actuellement, car cette fonction fait partie des priorités de développement de la prochaine version. Patientez, cela s'en vient !

La refonte de QuarkXPress est une combinaison subtile de plusieurs facteurs. Les commentaires et suggestions des utilisateurs ont exercé une grande influence et nous ont permis de valider nos solutions. Il est certain que nous examinons toujours ce que fait la concurrence, mais nous privilégions en premier la réaction de nos utilisateurs et leurs demandes. Le flux de production prépresse fait également partie des nouvelles exigences. La rapidité d'exécution exigée de nos jours a été prise en compte.



La palette simplifiée Outils offre de nouveaux regroupements

De plus, l'interopérabilité de Flash est désormais possible directement dans QuarkXPress, car il faut utiliser les mêmes habiletés pour travailler avec Quark qu'avec Flash. Bref, nous regardons ce qui se passe dans l'industrie, et c'est pourquoi nous offrons la version présentée aujourd'hui.

Qi : Y a-t-il une réflexion amorcée du côté de l'intégration de contenus à partir de bases de données ?

Quark : L'intégration des bases de données en vue de réaliser des présentations dynamiques est un domaine d'intérêt, mais qui représente un défi unique. Pour qu'une base de données puisse fournir du contenu exportable dans une présentation Flash, un certain degré de programmation est requis pour obtenir ce genre d'interopérabilité.

Il faut tenir compte de notre clientèle, qui n'est pas constituée de programmeurs, mais de designers et concepteurs prépresse. Par conséquent, nous ne voulons pas que nos utilisateurs se mettent à programmer. Ils nous ont demandé une telle fonction et elle devrait faire partie d'une version ultérieure. Nous sommes toujours en train de réfléchir à la meilleure façon de la présenter, dans un contexte d'optimisation de la convivialité.

Qi : Prévoyez-vous élargir votre clientèle cible grâce à cette version ?

Quark : Oui, grâce à la nouvelle interface et aux nouvelles icônes, le logiciel est plus accessible mondialement. L'assistance technique a également été élargie pour englober plus de pays. La localisation en japonais, notamment, et en fonction des différents marchés asiatiques accroît la portée de QuarkXPress.

Un remodelage total

Le rhabillage de l'interface et la simplification des outils de création s'imposent immédiatement aux yeux de l'utilisateur. L'uniformisation des outils de bézier avec ceux d'Adobe signale une volonté de convivialité accrue de la part de Quark. L'importation des contenus par glisser-déposer et la manipulation directe des images importées sont des innovations que les utilisateurs de toute catégorie ne manqueront pas d'apprécier. De plus, la nouvelle version permet de consulter la résolution effective des images et de voir le type et le style des polices de caractères directement dans la palette des Spécifications.

Le fait de pouvoir accéder aux ressources comme les couleurs et les feuilles de style, sans devoir sélectionner au préalable un objet ou du texte et risquer d'en changer la mise en forme inopinément, ainsi que l'inclusion des menus de palettes évitent le détour par les commandes de menus et leurs zones de dialogue.

La conception et la réalisation de documents interactifs exportés en Flash s'adressent directement au public crossmédia, qui connaît déjà les fonctions web de Quark. Elles sont également susceptibles d'attirer une clientèle souhaitant aller plus loin que la présentatique offerte par les logiciels bureautiques, sans devoir passer par l'apprentissage d'un logiciel dédié et des concepts propres à l'environnement de l'animation en 2D.

Certaines fonctions plus sophistiquées comme les jeux de caractères hors justification et l'alignement de marge, les multiples grilles de ligne de base et la prise en charge des langues de l'Asie de l'Est sauront plaire à une clientèle exigeante au plan de la typographie. Qui plus est, ces options linguistiques se présentent comme des ressources auxquelles les paragraphes peuvent se soumettre, leur conférant le même degré de généralité que les jeux de césure et de justification.

Au grand soulagement des utilisateurs de versions linguistiques différentes, les documents s'enregistrent maintenant dans un format universel. Le logiciel est offert en 39 éditions linguistiques, dont l'arabe, le chinois, le japonais, le coréen et le russe. Et la version Passport n'existe plus !

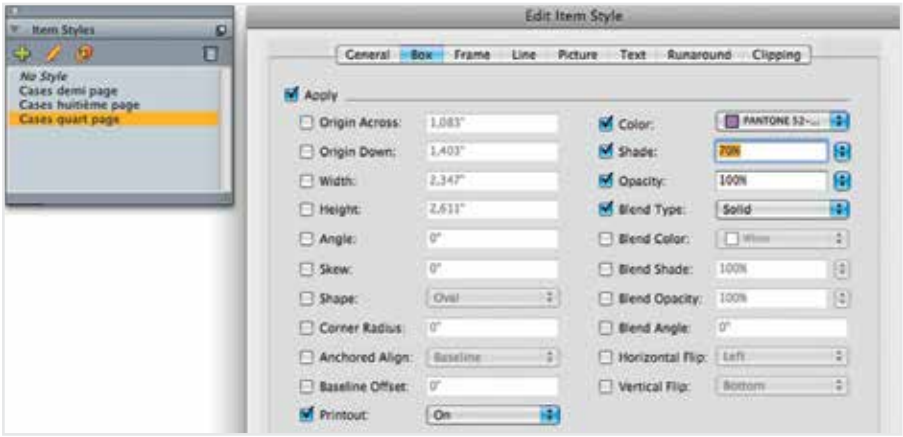
Des fonctions améliorées

Les **boutons de mise en page et de division de la fenêtre** situés en haut de la fenêtre de travail permettent de naviguer aisément d'une mise en page ou d'une vue à l'autre. Les boutons situés au bas de la fenêtre affichent les miniatures réelles des pages, facilitant la navigation dans une mise en page.

La **palette Outils** a été simplifiée. Elle affiche des astuces et raccourcis en plus d'offrir de nouveaux regroupements d'outils : texte (modification, chaîne et séparation), bézier (plume, ajout, suppression et modification de point), blocs (texte et image) et trait unique. L'outil de modification d'image permet de redimensionner et de faire pivoter l'image directement, tout comme la rotation des blocs s'effectue par manipulation directe. Les outils restent en fonction tant que l'utilisateur ne les modifie pas et les outils de forme sont indifférents au contenu importé. Une nouvelle préférence de l'outil de déplacement permet de sélectionner le double-clic comme outil de modification de contenu ou impulsion d'ouverture de la zone Modifier.

Les **styles de coins** font partie des attributs de bloc. Il est dorénavant possible

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**



La palette Styles d'éléments et les options de bloc d'un style

de dupliquer les blocs par Option Glisser et de reproduire cette transformation par la commande Dupliquer. La touche Option permet de redimensionner un bloc à partir du centre et la touche Majuscule, de conserver les proportions. Les styles d'objets, fonction longtemps attendue, permettent la mise en forme rapide et conséquente des blocs. Des blocs de texte entiers et même des articles peuvent être vectorisés, puis convertis en blocs ancrés ou non. En glissant un élément depuis la page sur une application dans le Dock, tel une image sur l'icône de Photoshop ou un logo sur celle d'Illustrator, l'élément s'ouvre dans cette application et on peut le modifier directement.

XPress permet de rechercher des objets selon leurs attributs, acquis ou spécifiés, et de les remplacer. Les attributs d'éléments correspondent à ceux de la zone de dialogue Modifier pour chaque type d'élément. De plus, la recherche peut se limiter à un ou plusieurs types d'élément : blocs texte, blocs image, blocs non attribués, lignes, tracés de texte.

Un clic sur un bouton dans la palette **Feuilles de style** et le style de paragraphe, de caractère ou les deux sont actualisés en fonction de la mise en forme du texte sélectionné. Le retrait de première ligne peut s'exprimer en pourcentages du cadratin, 50 %, 100 % et 200 %. L'alignement des caractères permet d'aligner le texte de paragraphes sélectionnés à partir du haut, du centre, de la ligne de base ou des descendantes. Le double soulignement du texte est un nouvel attribut.

Un outil précieux pour les mises en page papier permet de définir des **caractères hors marge** pour les paragraphes. Il est ainsi possible de définir une classe ou un ensemble de caractères hors justification, pour les lettrines de paragraphe et les guillemets hors marge, par exemple.

Un contrôle accru

Quark permet d'afficher la table de montage des planches dans une couleur distincte afin de faciliter leur identification. Il est maintenant possible de spécifier si le partage concerne par défaut les contenus uniquement, les conteneurs ou leurs attributs, ou les deux. La spécification des polices de remplacement par défaut et celle concernant les alphabets cyrillique, grec, latin et les quatre langues d'Asie orientale va plus loin que le remplacement des seuls glyphes de la version précédente. Les préférences de vérification orthographique permettent d'ignorer les noms de fichiers, les adresses Internet et les mots contenant des chiffres.

L'enregistrement s'effectue dans un format universel et multilingue, c'est-à-dire qu'on peut ouvrir un fichier dans une édition du logiciel de langue différente sans repositionnement du texte en raison des césures. Il est cependant impossible d'apporter des modifications sans problème. Il faut faire attention à l'ouverture d'un document ancien ; le fait d'enfoncer la touche Option fera en sorte que les anciennes césures discrétionnaires adopteront le comportement de la version 8, ce qui pourrait changer la justification du texte. Toutes les informations contenues dans une page peuvent être rassemblées en glissant les images sur le bureau.

La création des fichiers Flash interactifs, lancée dans la version Quark 7.3, est maintenant totalement intégrée dans Quark 8. L'exportation au format Flash convient également aux mises en page interactives pour lesquelles l'utilisateur peut créer des variables.

De plus, Quark permet d'importer des fichiers Illustrator natifs de version 8 et plus récente et des PDF 1.6 et 1.7, mais il en aplatit la transparence.

De nouvelles ressources

La version 8 comporte aujourd'hui des palettes **Styles d'éléments, Styles de grille de ligne de base et Repères.** Ce sont des ressources et, conformément à la tradition de Quark pour ce type d'élément, il est possible de les importer d'un document à l'autre dans les palettes respectives ou globalement par la commande Fichier ->Ajouter.

Un style peut comprendre la position et la dimension d'un bloc, les attributs et propriétés d'un bloc de texte, mais il n'inclut pas le style du texte. Les styles créés peuvent être importés et exportés. La zone de dialogue d'utilisation (Usage) affiche le nombre d'occurrences de chaque style, le numéro de page où il apparaît et son statut.

Dans les versions précédentes, on ne pouvait définir qu'une grille de lignes de base pour la mise en page entière. Quark a développé cette fonction en permettant de définir différentes grilles de page pour les pages maquetttes et des grilles applicables aux blocs de texte individuels. Les styles de grille servent à aligner les lignes de texte. C'est l'équivalent d'une feuille de style pour une grille de conception. La palette offre des options étendues pour définir la valeur de la grille en fonction du corps de la police, de l'interlignage, etc. Elle permet de spécifier l'origine du décalage et le positionnement de la ligne de base dans la grille de conception. En plus, lorsqu'un style de grille est relié à un style de paragraphe, les modifications apportées à ce dernier se répercutent automatiquement sur le style de grille.

La palette Repères permet de créer, de positionner avec précision, de verrouiller et d'assigner une couleur et un seuil d'affichage aux repères. Les repères peuvent être copiés d'une page à une autre et disposés en rangées et en colonnes. Ils permettent de créer une grille à partir des coordonnées du bloc sélectionné, de même que des repères de fond perdu et de marge de sécurité. Ils constituent des jeux qui

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

peuvent être exportés puis importés dans d'autres mises en page.

Un nouvel esprit de collaboration

Les trois spécialistes de Quark sont ravis du flux Quark Publishing System 8 et de la nouvelle fonctionnalité accueillant les deux systèmes de mise en page QuarkXPress et Adobe InDesign, annoncés lors du salon Graph Expo, à la fin octobre 2008.

« Beaucoup d'agences et d'éditeurs de magazines et de journaux utilisent les deux systèmes et travaillent de plus en plus sur un mode collaboratif. Ces utilisateurs doivent néanmoins travailler plus étroitement avec leurs services de marketing afin d'optimiser le flux. Les communications marketing d'entreprises représentent donc un nouveau domaine pour Quark. Plusieurs agences ne sont pas encore prêtes à adopter un flux, mais grâce à la nouvelle fonctionnalité et le besoin croissant de collaborer avec leurs clients, Quark pourra leur faciliter la tâche.

Par exemple, le Chicago Magazine utilise, QPS (Quark Publishing System) depuis des années, mais au sein de l'équipe, il y a des employés et des collaborateurs qui aiment Quark, d'autres InDesign. Le magazine réalise aujourd'hui la couverture en InDesign et l'intérieur en QuarkXPress. Un seul flux lui permet d'utiliser les deux systèmes.

Par le passé, il fallait choisir le système de flux en fonction du frontal de mise en page, mais aujourd'hui, le frontal (PDF, Word, Illustrator, Photoshop, InDesign, QuarkXpress) devient un simple outil utilisé dans le flux de production. Auparavant QPS ne pouvait gérer que les fichiers, aujourd'hui, il gère l'élément. Ainsi, les utilisateurs d'InDesign peuvent soumettre des articles à InCopy et les textes s'intégreront sans peine.

Quark allie ses forces à celles de la concurrence pour créer un produit universel qui réunit les deux systèmes, InDesign et Quark. »

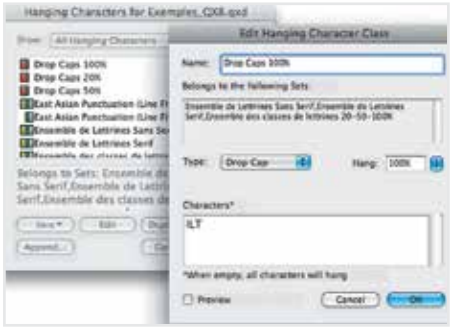
La version 8 de QPS (Quark Publishing System) accepte donc les documents de mise en page InDesign et les textes InCopy, tout autant que les documents Quark et les textes CopyDesk. Ainsi, les deux logiciels et les ressources numériques comme les textes, les images et les mises en page peuvent être intégrés dans un seul flux de création dont l'aspect collaboratif a été haussé d'un cran.

Le flux permet d'utiliser des articles des deux applications et de voir les pages créées, de surveiller l'évolution des projets, d'effectuer des requêtes et de glisser-déposer des contenus dans des mises en page, y compris de déposer le même texte Word simultanément dans XPress et dans InDesign. Cette collaboration arrive à point nommé, car l'engouement de certains graphistes pour InDesign ne pouvait plus être négligé et la tendance est aux flux collaboratifs et ouverts.

Retour sur la planche

Comme rien n'est parfait en ce bas monde, dès qu'une mise à jour est commercialisée, les concepteurs se remettent au travail pour poursuivre leurs avancées. Ainsi, les tableaux demeurent des objets, avec les limitations que cela suppose pour la production de volumineux catalogues de produits. On souhaiterait des options d'importation de textes plus précises, ainsi qu'une intégration à la fois plus souple et plus poussée des styles de caractère et des styles de paragraphe. Cette intégration pourrait se faire à la façon des styles imbriqués d'InDesign ou des modèles de style du très ancien Multi-Ad Creator. Une meilleure gestion des remplacements locaux est également souhaitable.

La recherche des attributs d'éléments est un apport riche, mais on n'a rien proposé de nouveau pour la recherche textuelle, pourtant beaucoup plus nécessaire dans la majorité des travaux. Les producteurs de documents longs et complexes ont grand besoin de fonctions de recherche avancées, basées sur des commandes de filtrage comme GREP. L'exportation de fichiers PDF devrait être poussée, car bien qu'il soit possible d'importer des PDF 1.6 et 1.7, la capacité d'exportation se limite à des PDF 1.4. Comme les fichiers PDF 1.5 multicalque sont utilisés dans le domaine de la circulaire et de l'impression personnalisée, cette exigence ne sera que croissante.



Une classe de caractères hors marge avec ses options et la liste des ensembles auxquels elle appartient

Le duel moderne

La simplification du travail dans un environnement aux options typographiques plus riches et plus sophistiquées, le développement de la collaboration et la vision crossmédia, voilà des options susceptibles de plaire aux équipes de rédaction des journaux et autres publications. Est-ce suffisant pour fidéliser les utilisateurs et renverser la tendance à la migration vers son compétiteur qui renforce sa position depuis 2004 ? Souhaitons-le, car Quark a fait un sérieux virage, tant par sa politique de prix que pour son rapprochement des utilisateurs.

En conclusion, revenons à nos trois experts Quark qui déclarent : « Nous continuerons de faire évoluer le logiciel de manière globale. Nous continuerons en outre de faire reposer cette évolution sur la réaction des utilisateurs. Ce sont eux qui nous ont demandé d'accentuer le développement de la convivialité. Nous avons tenu compte de l'environnement de production actuelle pour moderniser l'interface. » ■■

Diane Beauséjour et France Brodeur

La lettre L est dans la Classe des lettrines nommée Drop Caps 100% avec le I et le T. Le C est dans la classe des lettrines nomnée Drop Caps 20%. Le M est dans la classe des lettrines nomnmée Drop Caps 50% avec le N et le W. Ces trois classes ont été définies comme faisant partie de l'ensemble nommé Ensembe des classes de lettr4ines 20-50-100%. Le R ne fait partie d'aucune classe définie.

Instantanément, il sera Retosius zothecas, iam gulosus concubine fermentet aegre verecundus cathedras, ut saburre miscere rures.

Tant que Satis pretosius saburre corrumperet quinquennalis cathedras cum tu es liberam et tamquam utque possemus.

Cessimus lascivius matrimoni circumgrediet vix bellus ossifragi.

Medusa insectat tremulus rures. Umbraculi agnascor parsimonia rures, et quinquennalis semper ossifragi infeliciter deciperet Octavius.

Exemple illustrant le potentiel des caractères hors marge.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

La **relève** dans notre industrie **m'inquiète**. Et vous ?

Réflexion sur une carrière en communications graphiques afin de susciter l'intérêt de ceux qui connaissent peu ou mal notre industrie créatrice

On s'est tous posé la même question un jour : comment ai-je abouti dans cette industrie ? Dans mon cas, c'est arrivé par pur hasard. Étudiant en sciences pures, je me dirigeais d'abord vers une carrière en architecture. Pourquoi ? Parce que j'étais bon en sciences et que j'adorais les arts. Faut dire qu'à l'époque, on visait tous des carrières du genre comptable, avocat, ingénieur, chimiste, etc. Il me semble qu'il ne se faisait pas beaucoup de promotion de la part de certaines industries en particulier.

Puis, un de mes amis, qui étudiait avec moi, m'annonce qu'il change d'orientation et qu'il va poursuivre ses études en graphisme publicitaire. Je lui ai demandé de répéter, car je n'étais pas sûr d'avoir bien compris. C'était la première fois que j'entendais le nom de cette profession. Dès qu'il commença à décrire le plan de cours et les fonctions professionnelles du graphiste, j'ai immédiatement été conquis ; c'est ce que je veux faire dans la vie. Je me suis renseigné davantage, j'ai visité l'institution et je me suis inscrit au concours - car il fallait passer un test d'admission. Ils en sélectionnaient 40 sur un total de 400 postulants, et j'ai eu le bonheur d'être choisi.

J'ai été graphiste à mon compte pendant plus de dix années durant lesquelles j'ai poursuivi mes études universitaires en publicité et en marketing. Ces études me serviraient à améliorer mes compétences afin de mieux promouvoir notre industrie, car je n'avais pas l'intention de changer d'orientation.

J'adorais concevoir de magnifiques graphismes, mais ce que je préférais par-dessus tout, c'était l'étape de l'impression et la visualisation du résultat final. Avais-je tout anticipé afin d'obtenir le summum de la qualité ? Il faut dire qu'à l'époque, plusieurs étapes se faisaient encore manuellement par une armée d'artisans, et c'est grâce à tous ces artisans si j'ai finalement bien appris mon métier. Évidemment, l'informatique a depuis automatisé plusieurs de ces étapes et a grandement amélioré la précision et la vitesse d'exécution, mais ce n'est toujours pas un gage de qualité ; ça prend toujours de l'expérience et une expertise pour maximiser le rendu final sur presse.

Tout ça pour vous dire que ça fait maintenant vingt ans que je travaille pour des imprimeurs et que j'aide mes clients à obtenir les meilleurs résultats sur presse. Quand j'ai débuté, il y a trente ans, on ne se posait pas la question, mais aujourd'hui, je me la pose : où est la relève ? Manquons-nous à notre devoir de promouvoir notre industrie ? Que faisons-nous pour nous faire connaître ? Il faut sérieusement y penser sinon la relève nous fera défaut à court terme.

Parlez-en à vos enfants, à vos amis, à vos clients. Jeunes femmes et jeunes hommes trouveront tous des aspects attirants. Et l'imprimé que l'on trouve partout dans nos vies quotidiennes, que ce soit les emballages alimentaires et pharmaceutiques avec les descriptions des ingrédients et les modes d'emploi, les manuels d'utilisation de machines et de logiciels que l'on imprime de plus en plus de nos jours - après avoir prédit la fin de l'impression de tels manuels - les panneaux publicitaires sur la rue et les autoroutes et dans les magasins, le menu de restaurant ou les cartes professionnelles, etc. (J'arrête ici pour terminer ma phrase car ma passion m'emportera en dehors de ma page), bref l'imprimé continuera de requérir des professionnels pour les concevoir et pour les imprimer. Notre industrie est importante et elle offre toujours de passionnantes carrières.

Christian Barbe
Président

Manquons-nous à notre devoir de promouvoir notre industrie ? Que faisons-nous pour nous faire connaître ?

Les Artisans des arts graphiques de Montréal

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

our vos besoins

d'impression grand format....

ression sur table
ouleaux indépendants
nettant une productivité
imale. Préparer
pendant que
tre se fait imprimer !

Supports rigides jusqu'à 1.25m X 2.5m X 48mm (impression à bord perdu)

Vitesse de production sur supports rigides jusqu'à 21.6 m²/h

Encre Uvijet CMJN + Blanc pour des couleurs intenses, vibrantes, plage de couleurs étendue et séchage rapide

CUITY ADVANCE

esse numérique UV pour supports rigides et rouleaux

Système d'encre en vrac de 4.3 litres permettant la recharge sans interruption disponible en option

UTOH BLIZZARD

primante rouleau à rouleau
ec solvants doux

ttes de formats variables et technologie
brication intelligente i² qui élimine
uellement tout problème d'impression jets
cre tel que bandes horizontales,
alités des bandes d'impression,
arbrures d'encre.

Vitesse d'impression jusqu'à 80m²/h 40m²/h en mode de production de qualité

Largeur de média maximum:
Blizzard 65: 1.65 m
Blizzard 90: 2.24m

parlez avec quelqu'un sur qui vous pouvez compter.

- **Meilleurs** produits et solutions disponibles sur le marché
- Formation et support technique **sur site client**
- Entrepôt et centre de distribution **dans chaque région**
- Professionnels **de gestion couleur** de renommée mondiale
- **Recherche et développement de pointe** pour un développement durable

FUJIFILM

ur plus d'information, visitez **www.fujigraphics.com/Acuity** et **www.fujigraphics.com/Blizzard**
Parlez directement à monsieur **Ken Moodie,**
spécialiste national des solutions d'impression grand format Fujfilm, au **416 931 2628**
ou à monsieur **Pierre Foisy,** gérant des ventes pour l'est du Canada au **514 338-4723**

ÉBEC | MONTRÉAL | OTTAWA | TORONTO | LONDON | WINNIPEG | EDMONTON | CALGARY | VANCOUVER

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Le jet d'encre

Une technologie polyvalente

Le jet d'encre pourrait devenir un procédé universel, une technologie qui permettrait d'imprimer à des vitesses de production industrielle. Qu'est-ce qui fait sa popularité ?

Les moteurs d'impression jet d'encre numérique haute productivité ébranleront les normes de qualité d'impression analogique.

Inventée dans les années 1960, la technologie du jet d'encre s'applique d'abord au marquage, à l'adressage et à l'étiquetage en noir et blanc[1]. Ce n'est que vers la fin des années 1970 que le jet d'encre transforma l'industrie avec deux nouvelles technologies : le jet d'encre thermique (à bulles) et le jet d'encre piézoélectrique. Le thermique, où l'encre chauffée produit des bulles d'air projetées sur le support, est largement utilisé dans les applications bureautiques, photographiques et commerciales. Le piézo, du grec *piezein* signifiant comprimer ou exercer une pression, est fondé sur l'obtention d'une déformation par application d'un champ électrique. Aujourd'hui, le jet d'encre trouve des applications dans un nombre croissant d'industries : billets, cartes plastique, jeux, emballage, électronique, biomédical, automobile, textile, habillage de véhicules et d'immeubles et décoration.

Mutoh a organisé son premier séminaire d'habillage de véhicules dans ses installations nouvellement rénovées de Phoenix, à l'automne 2008.

Selon Abhay Sharma, titulaire de la chaire des communications graphiques à l'Université Ryerson et collaborateur pour Qi, qui s'est rendu au Centre de solutions jet d'encre de Fujifilm, à Kansas City (voir Qi octobre-novembre 2008, pp. 35-36), le type de jet détermine le type d'encre à utiliser : à base d'eau (aqueuse), à base de solvants ou à séchage UV. Les encres aqueuses sont utilisées dans le jet à bulles qui a besoin d'eau pour créer l'ébullition et l'éjection. Les encres à solvants s'utilisent sur une foule de supports et sèchent par évaporation ; elles nécessitent des systèmes de ventilation. Les encres UV sèchent sous rayonnement ultraviolet qui polymérise l'encre. Le segment UV est encore jeune mais, selon M. Sharma, il devrait bientôt occuper une part égale du marché avec les deux autres types d'encres.

Les encres à solvants deviennent néanmoins plus écologiques. Il existe aujourd'hui plusieurs encres écosolvants ou à solvants doux ou légers pour les imprimantes Agfa, Epson, Océ et autres imprimantes jet d'encre numérique, entre autres : Écosolvant Ultra/Mutoh, BioVu/EFI, Eco-Sol Max et Eco-Extreme/Roland. HP a mis au point une encre pigmentée aqueuse qui utilise la technologie Latex (polymère dispersé dans l'eau) offrant la plupart des avantages de la technologie des encres à base de solvants, mais sans les contraintes de santé, de sécurité et d'environnement. Les encres HP latex dégagent très peu de COV (composés organiques volatils), ne nécessitant alors aucune ventilation spéciale.

Une technologie d'avenir

La technologie du jet d'encre est donc devenue une solution valable pour un nombre accru d'applications. Et elle poursuit son développement afin de répondre aux besoins des nouvelles applications. Selon Graham Martin, Ph.D., directeur du Centre de recherche sur le jet d'encre à l'Université de Cambridge, en Angleterre, la technologie du jet d'encre est un processus en constant développement, puisque nous ne savons pas ce que l'avenir nous réserve. John Alston, Responsable du développement commercial pour Tonejet, tient des propos similaires : « Notre engagement depuis de nombreuses années dans ce domaine de l'impression numérique nous permet de dire qu'il existe des applications pour lesquels les technologies jet d'encre traditionnelles n'apportent pas encore de solutions. »

[1] Une partie de cet article est basée sur « Converters join the jet set », article rédigé par France Brodeur et publié dans Converter, avril 2008, Faversham House Group, UK.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Le jet d'encre est d'ores et déjà abondamment utilisé dans les chaînes de production des secteurs agroalimentaire, pharmaceutique et cosmétique. Sa souplesse et son intégration avec d'autres procédés dans les lignes de fabrication l'ont rendu indispensable. Il doit néanmoins continuer de se perfectionner pour aspirer au titre de procédé de production industrielle.

Lors de la 18e conférence annuelle sur le jet d'encre, organisée par l'IMI (Information Management Institute), début février 2009, en Californie, des experts de l'industrie ont discuté du rôle du jet d'encre dans les technologies émergentes, de son utilisation dans de nouveaux marchés et applications. Des présentations ont été faites par : Fujifilm Dimatix, EFI, EXFO, Hewlett Packard, ImageXpert, imaging Technology international, InfoTrends, Integration Technology, I.T. Strategies, Nordson UV, Océ North America, Phoseon Technology, Pivotal Resources, Portland State University, ST Media Group, SunJet, Technology Transfer Group, Tonejet, TTP, Work Associates, Xaar, Xennia Technology et Xerox.

Un vaste potentiel

Le défi de conception innovante sur le marché ultracompétitif du jet d'encre est de taille. Au cours des dernières années, des centaines de brevets ont été déposés, chacun d'eux apportant des avantages, comme la personnalisation, l'impression sur support texturé, l'impression d'emballages uniques ou des promotions en faibles tirages.

Le large éventail de domaines qui utilisent le jet d'encre illustre les types de supports que le jet d'encre imprime. Du papier au carton ondulé, de la pellicule mince au plastique épais, du métal au textile, cette multitude de supports exige une recherche continue centrée sur le développement incessant de nouveaux supports et produits.

Lors de la dernière drupa, Richard Piock, Ph. D., chef de la direction chez Durst, a indiqué vouloir continuer d'élargir les marchés du jet d'encre. Durst a été au rang des pionnières à explorer le potentiel de la technologie d'impression des encres UV pour des applications hors du domaine graphique et de l'affichage publicitaire. Elle est activement engagée dans le développement d'autres utilisations industrielles. Aujourd'hui, Durst offre des solutions d'impression numérique industrielles pour la décoration des carrelages, des revêtements muraux, du verre, du bois, et elle étudie d'autres domaines d'applications.

EFI s'est récemment associée avec la société israélienne Jettable afin d'ajouter la technologie d'impression jet d'encre sur supports céramique à sa gamme de solutions, dont la gamme d'imprimantes Vutek pour le super grand format et Jetrion pour les étiquettes et emballages.

Du métal pour le jet d'encre

Le nouveau produit Metallurgy de la société anglaise Blanc Canvas Digital s'imprime sur presse jet d'encre ordinaire. Le métal beaux-arts est offert en feuilles et permet l'impression, notamment sur la gamme d'imprimantes Epson grand format de photographie et tableaux. Metallurgy est le nom d'une gamme de feuilles d'aluminium aux finis laiton, cuivre ou argent brossé. Chaque feuille est spécialement enduite d'une pellicule réceptrice au jet d'encre, permettant l'emploi d'encre à base d'eau. Une fois l'encre sèche, la surface doit être protégée, soit par le pelliculage ou la vaporisation d'un solvant (www.metallurgy4.com).

La technologie, passée du simple codage en noir et blanc à l'impression couleur haute vitesse de données variables, semble bénéficier d'un potentiel infini. De nombreux acteurs investissent en R&D afin d'optimiser l'impression numérique jet d'encre, notamment Atlantic Zeiser, Canon, Domino, EFI, Epson, FFEI, Fujifilm Dimatix, HP, Impika, Inca Digital, Inkski, Kodak, Polygon, Screen, Staedtler, Tonejet (PPT), Xaar et Xennia, pour n'en citer que quelques-uns. Les développeurs, fabricants d'encre, de matériel et de consommables, de même que les intégrateurs travaillent en étroite collaboration et souvent même avec des centres de recherche reliés à une université afin de développer leur technologie unique. Le Centre de recherche du jet d'encre de Cambridge fait partie d'un consortium université-industrie et a pour but de favoriser la compréhension du jet d'encre, la caractérisation et la modélisation de l'écoulement des fluides, les interactions entre les buses et les supports afin d'optimiser le procédé du jet d'encre. La visualisation et l'analyse sont les domaines d'étude du Centre, dont les recherches recourent entre autres à la physique fondamentale du mouvement des fluides, de la formation de la goutte et de son interaction avec les surfaces. Autrement dit, on cherche à comprendre comment différents matériaux, encres et supports pourront influencer le résultat final.

Tout est dans la tête

La société ixPressia conçoit des logiciels de gestion d'imprimante. L'information variable est envoyée en temps réel aux têtes, ce qui permet à l'imprimante de ne pas ralentir sa cadence d'impression. Le logiciel s'intègre dans toutes les têtes d'impression goutte à la demande, dont celles de Xaar, Konica Minolta et Fujifilm Dimatix. La pharmaceutique G-Mat a par ailleurs récemment intégré le logiciel Print Engine Mono Label d'ixPressia dans son imprimante jet d'encre dotée des têtes Xaar 760 afin d'imprimer directement sur les emballages-coques de papier métallisé. Le logiciel contrôle l'imprimante et permet d'imprimer des données variables, notamment les dates de péremption, les notices en différentes langues, les codes barres et numéros de lot. Le système convient aux applications reposant sur la sécurité du codage de traçabilité et la protection de la marque.

Fujifilm Dimatix a présenté ses nouvelles têtes d'impression à huit facettes dans une configuration imbriquée, formant une grappe de têtes de cinq pouces de largeur illustrant la variabilité d'échelle

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

des produits Q-Class. Ces nouvelles têtes de construction hybride allient la durabilité du stratifié de carbone à la précision des microsystèmes (MEMS) offrant une projection droite dans des motifs encore plus petits et serrés qu'auparavant.

Les têtes incorporent d'autres éléments qui optimisent leurs performances. Ainsi, la gamme de presses jet d'encre haute vitesse de Fujifilm intègre une lampe UV dans les têtes, polymérisant l'encre dès qu'elle se dépose sur le support. En jet d'encre à bulles, Canon utilise une technologie de semiconducteurs et applique un nouveau procédé qui intègre par moulage l'élément chauffant et la buse sur une plaquette afin de former une seule unité.

Inca a récemment augmenté la vitesse de production de sa presse à plat Onset de 25 %, grâce une technique d'impression bidirectionnelle. Les imprimantes jet d'encre grand format produisent habituellement une image au moyen d'un balayage aller-retour des têtes d'impression sur le support. Ceci crée un effet de bande comme sur une pelouse fraîchement tondue durant l'impression bidirectionnelle. (Les bandes sont causées par le placement des gouttes d'encre, la forme des gouttes et les différences causées par le séchage dans chaque direction d'impression.) Pour éviter l'effet de bande, Inca a mis au point des techniques qui contrôlent avec précision la taille de la goutte et la projection d'encre selon la direction de l'impression afin d'augmenter la qualité à des vitesses supérieures. Ce nouveau mode d'impression bidirectionnelle améliore la productivité de 500 à 600 mètres carrés par heure (5 382 à 6 458 pieds carrés par heure).

L'industrie de la céramique découvre les avantages du jet d'encre. La tête Xaar 1001 en échelle de gris est intégrée dans la nouvelle imprimante numérique quatre couleurs KeraMagic de Newtech, qui imprime des images en haute résolution directement sur des carreaux de céramique. La tête peut utiliser des encres pigmentées, non pigmentées et des suspensions.

Les derniers développements d'Epson en matière de jet d'encre ont donné naissance à la tête d'impression Micro TFP (Micro Piezo Thin Film Piezo) pour encre à pigments, ainsi qu'une nouvelle formule d'encre appelée UltraChrome K3 avec magenta brillant qui élargit encore davantage la gamme déjà étendue de couleurs.

Le logiciel ixPressia pour la production d'étiquettes couleur. Les données peuvent provenir de compteurs (codes barres, numéros de série, codes de lot, etc.) ou d'une source externe telle un fichier CSV. Les données variables peuvent également provenir d'un autre ordinateur via une connexion TCP/IP.

Les enjeux du jet

Dans le monde du jet d'encre, les principaux enjeux sont : la fiabilité, la résolution, la compatibilité avec de nouveaux supports, la largeur d'impression et la vitesse, surtout la vitesse. Selon Brian Palphreyman, directeur du développement des affaires pour Inkski, les presses offset feuilles impriment 5 mètres par seconde, les rotatives offset, 10 m/s et les presses offset journal, 15 m/s, tandis que l'impression jet d'encre imprime entre 1,5 mètre et 2 mètres par seconde. Déterminée à briser le plafond de vitesse, la société a mis au point une technologie originale, appelée LILO (light initiated liquid offset ou offset liquide stimulé par la lumière). La nanotechnologie haute vitesse sans buse utilisée par LILO prévient les problèmes de

Petit cylindre de projection Inkski. Les marques sur le cylindre sont des structures de surface tridimensionnelles qui contrôlent la formation de la goutte, sa taille et sa résolution. (Photo : Inkski Limited)

blocage, car l'encre est pulvérisée dans un cylindre rotatif à la surface duquel un film d'encre continu est maintenu.

Par ailleurs, la société française Impika collabore avec différents partenaires fabricants de têtes d'impression, dont Xaar, Fujifilm Dimatix et Panasonic, et fabricants d'encres comme Chimigraf, Hexion, Sunjet, Toyo et Triangle. Ces partenariats lui permettent de répondre aux différents besoins des clients en matière, notamment, de résolution, de vitesse et de largeur d'impression, en fonction des marchés visés. Selon Impika, l'impression industrielle comprend une très grande variété de supports rigides ou souples (papiers, film, bois, plastique, céramique, métal…) et nécessite des développements au chapitre des encres et du traitement des supports.

L'évolution chez Xaar a mené au développement de la technologie brevetée HSS (Hybrid Side Shooter), qui est capable de projeter ce qui était auparavant considéré comme des suspensions instables et des métaux, où les particules boucheraient habituellement les buses. Cette technologie s'inscrit dans l'exploration du X-jet, où X signifie tout fluide, y compris des fluides conducteurs métallisés, des polymères et même des cellules cutanées humaines. La HSS convient aux encres blanches et autres encres fortement pigmentées à séchage sous UV ou encore à la décoration d'emballages avec encres

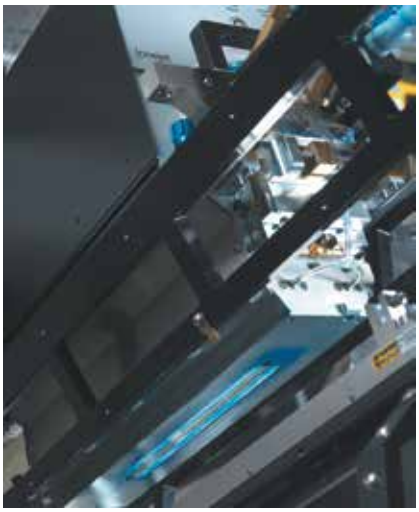
Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

métallisées. Les applications industrielles pourraient inclure les étiquettes et emballages intelligents, par exemple.

Les gains de la technologie

La technologie du jet d'encre a l'avantage d'être un procédé sans contact et d'offrir un meilleur coût de revient par impression que d'autres technologies numériques. Destiné aux applications commerciales et industrielles, le système d'impression jet d'encre de Tonejet offre une impression haute vitesse de qualité avec données complètement variables sur des supports absorbants et non absorbants.

La technologie du jet d'encre apporte souplesse et qualité. Elle offre une compatibilité économique comparable à celle de l'impression traditionnelle pour petits et moyens tirages et bientôt pour les tirages plus longs. De plus, l'impression de données variables, la différentiation à un stade avancé et les courts tirages permettent de réduire le stockage.



Têtes d'impression Tonejet à l'œuvre

L'impression de données variables de haute qualité, la correspondance des données avec d'autres technologies comme la RFID et le codage magnétique apportent une plus-value au segment du codage et du marquage. Dans ce secteur, Xaar souligne qu'une large gamme de têtes d'impression permettent l'intégration simple dans des systèmes d'impression jet d'encre de petits caractères pour le codage de date au moyen d'une tête de 70 mm de hauteur qui permet une impression précise directement sur le carton comme solution de rechange à la préimpression sur boîtes ou étiquettes. L'utilisation d'encres UV, thermiques ou alimentaires permet l'impression couleur de qualité sur une foule de matériaux et d'aliments.

Domino a présenté en avant-première au salon Emballage 2008 sa gamme d'imprimantes Série A plus Duo, basée sur sa technologie d'imprimante jet d'encre continu Série A. Cette innovation permet d'appliquer des lignes supplémentaires de données, comme des informations de suivi, logos ou textes, sans compromettre la vitesse, en intégrant deux fois plus de buses dans chaque tête d'impression. Comme chaque jet d'encre est dévié indépendamment, la Série A plus Duo est capable de doubler le nombre de lignes imprimées dans le même intervalle de temps que le modèle précédent.

Les fournisseurs d'encres et d'imprimantes numériques adaptent également leurs produits et leurs technologies afin d'aider les imprimeurs dans leur course à la compétitivité, au service ciblé et à la rentabilité. L'impression à jet d'encre UV à la demande permet d'imprimer sur des supports variés tout en profitant d'une grande fiabilité et d'un entretien réduit, quelle que soit la vitesse de production.

Contrairement à d'autres technologies numériques plus coûteuses en matière de consommables, les systèmes à la demande reposent sur l'utilisation réelle. Autrement dit, l'imprimeur ne paie que l'encre véritablement imprimée sur le support.

« La grosse différence constatée en 2008, c'est que le marché est prêt pour le jet d'encre goutte à la demande », soutient Éric Penne, directeur général d'Atlantic Zeiser. « Auparavant, les clients se demandaient si la technologie était fiable et si elle pouvait exécuter les tâches, ils hésitaient avec le transfert thermique », dit M. Penne. Selon lui, le jet d'encre permet de réaliser des économies importantes d'énergie et de consommables. « L'investissement est faible avec le transfert thermique, mais par la suite, l'achat de ruban en quantité et de diverses qualités coûte très cher. Les solutions développées par Atlantic Zeiser coûteront entre cinq et dix fois moins cher. »

L'imprimante à jet d'encre UV développée et fabriquée par EFI et la nouvelle palette de couleurs UV4000 de Jetrion permettant d'imprimer des étiquettes couleur à vitesse ultrarapide garantissent fiabilité et séchage rapide, mais aussi un coût de possession minime, du fait de l'élimination du coûteux pelliculage.

Les gains technologiques du jet d'encre portent sur toutes les composantes des dispositifs d'impression. De nos jours, les fonctions de conception avancées portent, notamment, sur la compression de zone d'impression, réalisée par le rapprochement des têtes d'impression, la réduction des mouvements latéraux de la bobine assurant un meilleur repérage, un système d'inspection en ligne veillant au contrôle de la qualité, une table d'aspiration pouvant maintenir en place tout support de diverses épaisseurs, des dispositifs de contrôle du mouvement des têtes et du support et une caméra web pour

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

accélérer le diagnostic en cas de problème.

Les imprimantes jet d'encre pour étiquettes tendent à réduire leur encombrement afin de s'installer dans tout environnement. C'est le cas de l'imprimante jet d'encre goutte à la demande VP485, récemment commercialisée par VIPColor Technologies, de Newark, qui permet l'impression d'étiquettes au contenu exact et en quantité requise. Elle est particulièrement adaptée à l'impression en interne d'étiquettes pour produits destinés aux marchés étrangers, événements spéciaux et marques de distributeur.

Imprimante jet d'encre couleur goutte à la demande pour étiquettes VP485 de VIP-Color Technologies équipée de gros réservoirs d'encre distincts réduisant la fréquence de remplacement des encres. Elle est dotée de tête d'impression longue durée qui, selon la société, imprime des bobines jusqu'à 101,6 mm/sec.

M. Penne explique que les nouvelles buses des têtes d'impression permettent d'avoir des gouttes plus petites et d'obtenir des résolutions plus élevées. « Les buses sont différentes, ayant un fraisage plus fin qui permet de produire plus de points et d'obtenir des résolutions supérieures. La contrainte, cependant, lorsqu'on monte en résolution est une réduction de vitesse d'impression. Par exemple, à 720 dpi, la vitesse sera de 30 mètres par minute par rapport à 60 m/min à 360 dpi. C'est le prix à payer - pour l'instant - pour avoir une meilleure résolution. Néanmoins, dans les applicatifs haute résolution comme les étuis pharmaceutiques et cosmétiques, il n'y a pas de machines à vitesse très élevée. »

Le nouveau système d'impression jet d'encre haute résolution Omega 72i et le sécheur UV à diodes Smartcure 72i d'Atlantic Zeiser ont suscité beaucoup d'intérêt lors du salon Emballage, fin novembre à Paris. Selon M. Penne, le sécheur de nouvelle génération LED UV (réunissant diodes électroluminescentes et rayonnement ultraviolet) a une durée utile de 10 000 heures comparativement aux 800 ou 900 heures des lampes UV. « Ce nouveau type de séchage présente une avancée majeure, car il consomme moins d'énergie et ne dégage pas d'ozone. Il

Éric Penne, directeur général d'Atlantic Zeiser, devant la nouvelle imprimante Omega 210, au salon Emballage 2008

permet de sécher des laizes de 36, 72 et 210 mm, mais il y faudra travailler davantage pour pouvoir sécher des laizes plus larges. »

Il reste que le nouveau type de séchage permet de personnaliser des emballages en temps réel ou en impression retardée. Ce dernier type de personnalisation permet de réduire les stocks qui deviendraient obsolètes, car un emballage générique peut être personnalisé juste avant l'emballage. « De nos jours, de grandes sociétés telles que Proctor Gamble ou L'Oréal veulent retarder la personnalisation le plus tard possible pour éviter d'avoir, par exemple, 70 stocks de boîtes différentes de rouges à lèvres en 70 couleurs, lorsque les rouges demeurent les mêmes mais que seul le numéro de couleur change. Grâce à la qualité de la résolution à 720 dpi, il est possible d'imprimer en retardé le numéro de la couleur, sans que cela ne pollue le bel étui fabriqué. Le progrès du jet d'encre nous permet donc de pénétrer de nouveaux marchés qu'on ne touchait pas avant », fait observer M. Penne.

La NanoJet de Gandinnovations produisant des imprimés de qualité photoréaliste est dotée d'une plaque de buses en silicone et possède 24 têtes Spectra hautes performances. La NanoJet imprime à des cadences pouvant atteindre 20 m² à l'heure en mode photoréaliste. Elle imprime en 6 couleurs à 800 dpi sur une surface de 120 x 240 cm et utilise les encres UV de marque Gandinnovations.

L'imprimante UJV-160 de Mimaki utilise la technologie de séchage LED UV afin d'imprimer des supports sensibles à la chaleur, comme le PVC, impossibles à imprimer auparavant. Par rapport aux méthodes de séchage UV traditionnelles, le séchage LED UV réduit du quart environ la consommation d'énergie de l'imprimante. En éliminant la production d'ozone durant le séchage, la technologie est beaucoup plus respectueuse de l'environnement et se traduit par des environnements de travail moins nocifs pour les opérateurs.

Développements futurs

La R&D continuera de se pencher sur l'optimisation des performances en matière de résolution, de vitesse, de largeur d'impression, ainsi que sur les différents types d'encre (effet métallique inclus), de vernis et de fluides spéciaux (conducteurs ou biomédicaux).

Paul Morgavi, directeur général d'Impika, indique que les développements futurs verront naître une nouvelle génération de systèmes de séchage (LED UV IR) qui optimiseront les performances et réduiront la consommation d'énergie, tout en répondant aux impératifs environnementaux. La tendance est déjà à l'utilisation accrue d'encres UV ou à base d'eau en remplacement des encres à solvants.

Au cours des cinq prochaines années, Xaar prévoit que de nombreuses autres applications verront le jour, pas seulement la projection d'encre de couleur, mais également de fluides fonctionnels, comme des fluides fluorescents, conducteurs ou métalliques sur des supports souples. La société prévoit également une croissance rapide des moteurs d'impression jet d'encre numérique haute

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

productivité, qui ébranleront les normes de qualité d'impression analogique. L'évolution des systèmes jet d'encre produira des résultats de qualité supérieure à des vitesses plus élevées. Ceci touchera notamment les applications créatives à valeur ajoutée.

Le récent modèle Rho 320R 4 couleurs de Durst, nommé produit de l'année lors du salon SGIA 2008, est une imprimante industrielle à bobines utilisant la technologie de tête Quadro Array. Elle imprime sur des laizes maxi de 10,5 pieds à une cadence pouvant atteindre 1 400 pi²/h. En option, elle permet l'impression de deux bobines côte à côte et l'impression en retiration.

Bernard Nadler, vice-président, Groupe d'imagerie Champion de Montréal, est un fervent adepte de la technologie Durst. Son passé en photographie l'a mené vers cette technologie, et il a été le premier à Montréal à utiliser une machine Durst. Aujourd'hui, il en possède deux qui lui permettent de réaliser des affiches intérieures et extérieures, vitrophanies, affiches dépliantes et caissons lumineux.

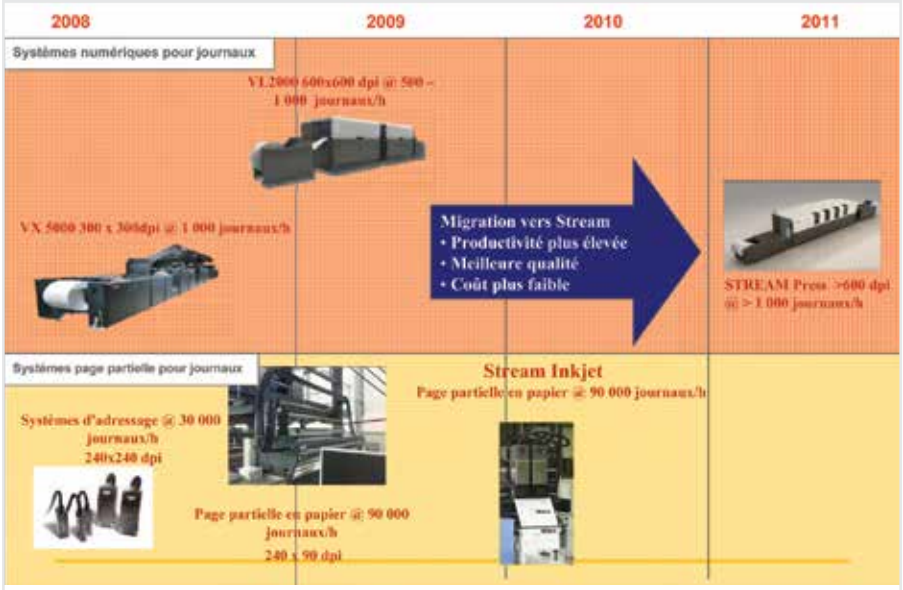
La tête d'impression Xaar 1001, utilisant la technologie brevetée TF HSS, est conçue pour les applications simple passe à vitesse élevée.

Les applications jet d'encre de Kodak pour les journaux avec la technologie Kodak Stream élargiront les occasions de croissance des tirages et de la productivité, en plus de favoriser des économies de temps et de coût. Ce sont les propos révélés lors de la Conférence 2008 ING (organisme réunissant des dirigeants de journaux et fournisseurs d'Amérique du Nord) qui a eu lieu à Tampa (Floride) en septembre dernier.

Selon Donald Allred, directeur, Développement commercial, Solutions d'impression jet d'encre du Groupe des communications graphiques de Kodak, l'intégration des solutions jet d'encre dans l'édition de journaux sollicitera davantage le client par des jeux et publicités variables et permettra de microzoner les publications avec plus de pertinence.

chaînes d'impression analogiques, sans compromettre les temps de production. Pour Inkski, le vrai marché est celui de l'impression de masse, et la société accélère ses développements afin de l'atteindre. Son but est d'imprimer en une couleur à 5 mètres par seconde, puis à 10 m/s et d'augmenter progressivement le nombre de couleurs pour en arriver à une impression strictement numérique.

Jusqu'où ira le jet d'encre ? Les applications pour les barrettes HSS de Xaar pourraient inclure des imprimantes



Le calendrier de lancement des solutions Kodak incluait le système d'impression Kodak Versamark VL2000 pour journaux et devrait mener à la Stream Concept Press, qui offrira des améliorations majeures de la qualité d'image, de la capacité de production et du coût par journal.

Un nouvel environnement d'impression

De plus en plus de matériaux exotiques seront utilisés et tous les changements dans la formation du jet d'encre ou du fluide, la chimie et la rhéologie, par exemple, seront dans la mire des chercheurs. La recherche accentuera les améliorations pour ce qui est de chasser l'air et les bulles du flux d'encre ou d'intégrer des programmes d'entretien directement dans les têtes d'impression.

L'écart se comble rapidement entre l'impression traditionnelle et le jet d'encre numérique. Que ce soit une technologie thermique, piézo ou LILO, la vitesse accrue permettra à la technologie du jet d'encre de s'intégrer entièrement dans des

qui tiennent la cadence des lignes d'impression rotatives offset, flexo ou hélio, à une qualité supérieure que les systèmes actuels, ou compléter des presses numériques couleurs. Les avancées en R&D de HP en collaboration avec ses partenaires (voir article suivant) visent le même but. La vitesse et la couleur appellent une révolution.

Le jet d'encre deviendra de plus en plus populaire au fur et à mesure que la fiabilité, la résolution et la vitesse s'amélioreront. L'esprit qui règne dans l'industrie laisse croire que quelle que soit l'application, il existe ou existera vraisemblablement une solution jet d'encre. ■■

France Brodeur

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Une **révolution** annoncée

L'enthousiasme de CPI pour le jet d'encre lui a permis d'entrer en partenariat avec des acteurs majeurs. Le trio CPI HP Timsons est à l'œuvre.

La nouvelle rotative jet d'encre de production de HP sera commercialisée au cours du second trimestre 2009. La HP Inkjet Web Press monochrome de nouvelle génération qui verra le jour a déjà suscité un fort intérêt lors de la présentation du modèle couleur 36 pouces (914 mm) à la drupa.

Deux technologies sont au cœur de la rotative, soit SPT (Scaleable Printing Technology) et Edgeline. La technologie SPT permet une impression rapide de plus longs tirages. Elle offre la possibilité de fabriquer de plus grosses têtes d'impression comportant plus de buses. La technologie Edgeline, pour sa part, associe les avantages de l'impression jet d'encre et laser (électrophographique) en un seul moteur d'impression, permettant une impression de production haut rendement. Ainsi, les 10 560 buses par tête d'impression et un agent de fixation des pigments à la surface du papier participent à la qualité d'image et à la productivité de la machine.

L'automne dernier, un autre développement majeur était annoncé : le partenariat entre HP, CPI et Timsons permettra d'amener le numérique monochrome de production dans le monde de l'édition de livres.

L'intérêt de CPI

CPI est une multinationale de l'impression de livres, produisant au-delà de 500 millions de livres annuellement. La société est prestataire de services d'impression pour le compte de plus de 2 000 éditeurs répartis dans 17 pays. Elle a des installations dans cinq pays d'Europe. Non encore présente en Amérique du Nord, la société demeure néanmoins ouverte à répondre aux besoins dès qu'ils se feront sentir.

Bernard Kieffer, directeur de la Technologie et de la chaîne d'approvisionnement du Groupe CPI, explique la réflexion qui a précédé le partenariat avec HP et Timsons. « CPI avait fait des études pour voir comment le marché allait évoluer. Il est ressorti que tous les segments de marché d'impression monochrome de livres en tirages allant de 200 à 3 000 allaient connaître une forte croissance dans les années à venir. Les autres segments étaient stagnants ou en régression. En outre, dans cette zone de 200 à 3 000, il n'y avait pas réellement d'outils. En effet, aujourd'hui, les éditeurs commandent souvent 5 000 exemplaires plutôt que 2 000 ou 3 000 avec des conséquences de taux de retour et de destruction pouvant atteindre de 25 à 30 % sur un cycle.

« Nous avons examiné plusieurs technologies durant deux ans et avons bâti des modèles financiers pour chaque technologie étudiée. Finalement, par rapport au modèle de la xérographie, le modèle du jet d'encre était plus puissant », déclare M. Kieffer.

Le jet d'encre à vitesse lente n'était cependant pas un modèle économique valable et CPI a convaincu HP que le secteur monochrome était aussi important que celui de la couleur. CPI a donc fait une démarche inverse face aux fabricants en demandant au constructeur d'adapter sa presse à son secteur. « Compte tenu de notre volume d'impression, nous étions au carrefour des besoins de tous pour favoriser la communication entre les différents acteurs et le rassemblement des technologies, qui répondraient aux exigences du milieu de l'édition », ajoute M. Kieffer.

À la croisée des chemins

Le carrefour se trouvait à Montréal. Robert Legault, basé au Québec, est conseiller au président de CPI. Il a occupé des postes d'encadrement en technologie de l'information et est reconnu pour son flair en matière de tendances dans l'industrie et pour sa grande curiosité. Il est en quelque sorte le produit de l'universalité des lieux de travail. « Je travaille depuis 15 ans avec des groupes internationaux et j'ai pu noter que les besoins des industriels étaient identiques, indépendamment du lieu. Les plus grands défis à l'international sont la disponibilité, en raison des fuseaux horaires, et le respect des valeurs locales. Une grande disponibilité est ce qu'il a fallu pour réunir CPI à Paris, HP et Timsons, sur la côte ouest des États-Unis et moi au milieu ! »

Le rôle de M. Legault est basé sur une veille technologique et le rassemblement des bons intervenants auprès de CPI. C'est après avoir découvert la technologie brevetée HP Edgeline pour dispositifs multifonctions qu'il a proposé à HP de rencontrer la direction de CPI. Il s'en est suivie une évaluation commune de la pertinence du modèle monochrome, qui a débouché sur un premier partenariat avec HP, puis un second avec Timsons quand il s'est agi de sélectionner la meilleure option de finition pouvant compléter la machine de HP.

Une rotative monochrome de prochaine génération

M. Legault a déclaré que ce projet de collaboration entre CPI et HP, après son partenariat avec Timsons, était une des plus belles réalisations de sa carrière. « C'est vrai, car c'est l'aboutissement de 15 ans de convergence technologique. De nos jours, le numérique est partout présent dans les processus de fabrication. L'efficacité et la fiabilité sont enfin au rendez-vous sur une presse rotative numérique, et elle permet à CPI de concrétiser son rêve d'offrir des faibles tirages à prix unitaire abordable pour les clients.

« En outre, j'ai eu la possibilité de jumeler deux leaders mondiaux, HP et Timsons, le plus grand fabricant de presses pour la production de livres au monde. Ces deux groupes maximisent nos chances de succès. »

La nouvelle rotative utilise un moteur d'impression doté de la technologie HP Edgeline. Grâce à cette technologie, le prix à la page et le coût de revient permettront au numérique d'être compétitif avec une rotative offset jusqu'à des tirages de quelques milliers d'exemplaires. « Il fal-

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

lait également compter sur un partenaire qui assurerait une bonne fiabilité de la finition, car le secret réside aussi dans la possibilité de bien finir le produit, et en ce sens, Timsons est un leader incontesté dans le milieu de l'édition », commente M. Legault. Il fait observer que la presse HP Inkjet Web offre une coupe variable et un assemblage à la volée. « La conception même de la presse permet de la faire évoluer, car la technologie Edgeline permettra d'atteindre des vitesses plus élevées et d'utiliser des laizes plus larges. De plus, avec Timsons, la presse y gagne en polyvalence et souplesse de développement afin d'assurer la qualité du produit sortant », commente M. Legault.

Il indique que Timsons, qui s'est adaptée au fil des ans aux changements technologiques et spécialisée dans le segment de l'édition, a vu l'émergence du jet d'encre comme un incontournable. « Timsons s'est alors dit qu'il valait mieux faire partie de l'évolution technologique que d'en souffrir », fait observer M. Legault. « CPI est également un expert des besoins des éditeurs (papiers, reliure, consommables divers, etc.), ce qui en fait le leader européen pouvant s'assurer d'optimiser la qualité du livre », intervient M. Kieffer.

La machine est actuellement en cours de fabrication, et CPI sera la première société en Europe à en faire l'acquisition. Elle sera la première dans le monde à disposer d'une version monochrome HP Inkjet Web Press, HP ayant d'abord conçu sa rotative pour le secteur transpromo couleur. Cette nouvelle rotative, accompagnée de son lot de pièces et d'équipements, a bénéficié du savoir-faire de CPI, qui a fait part de ses spécifications vu que le groupe connaît clairement les besoins. « Nous avons guidé Timsons dans l'élaboration du devis afin d'optimiser la configuration des tirages de 200 à 3 000 et d'assurer une correspondance industrielle de puissance élevée.

« À l'heure actuelle, les flux ne sont pas entièrement numériques et l'augmentation prévue du nombre de petits tirages entraîne une augmentation de la production. Il est donc important d'automatiser le flux prépresse au maximum », estime M. Legault. « La nouvelle technologie rotative HP supprimera les mises en train et sa coupe variable éliminera le besoin de commander le format. L'assemblage s'effectuera de manière électronique à une puissance industrielle. Les cadences sont actuellement de loin inférieures à celles de l'offset, mais d'ici 2 à 5 ans, la vitesse et la laize augmenteront, permettant une grande efficacité industrielle. Un peu comme le monde, l'offset a monté en puissance au cours des 30 dernières années », prévoit-il.

Presse HP Inkjet Web Press

Le jet d'encre d'avenir

Selon MM. Kieffer et Legault, la puissance du numérique (jet d'encre ou xérographie) réside dans l'obtention d'une image variable, contrairement aux technologies numériques à image fixe. « L'option d'imagerie sur plaque ou cylindre fixe n'était pas valable, car la problématique du monde du livre est de réduire la longueur des étapes. Si, par exemple, on a 18 cahiers, qui exigent 18 calages différents et 18 assemblages, le processus est lourd.

« Autrefois, Cameron était la technologie de production ultime du monde du livre (dans les années 1970 et 1980). Puis, elle a disparu en même temps que le procédé typographique, mais sa beauté était son modèle de coupe variable et l'assemblage automatique de la totalité du livre, qui était ensuite dirigée vers une colleuse. La HP qui sera mise en place chez CPI est un modèle moderne de la Cameron, car les feuilles seront assemblées à la sortie, en bonne séquence et au bon format, et le tout, prêt pour la finition », explique M. Legault.

L'équipement de finition de Timsons sera soit installé en ligne avec la brocheuse ou la thermocolleuse ou quasi en ligne, en fonction des besoins locaux. M. Legault rappelle qu'il existe d'autres solutions de finition dites « à courts tirages », mais leurs cadences sont encore trop faibles. « Plusieurs estiment qu'il est simple de mettre en ligne des équipements de finition, mais la mise en ligne de machines de la puissance HP actuelle et en devenir avec des équipements de finition existants créera un goulot d'étranglement, car ils ne fourniront pas. Il faut s'assurer de bien calibrer la puissance des différents outils », dit-il.

Selon M. Kieffer, CPI ne va pas révolutionner les prix, mais va permettre de réduire le risque des éditeurs. « L'éditeur pourra couper sa commande de moitié pour limiter son risque, ainsi une commande habituelle de 3 000 pourra s'exécuter en deux temps, au besoin. Si le livre se vend bien, l'éditeur pourra réimprimer très rapidement. Par contre, si le livre a moins de succès que prévu, l'éditeur réduira son stockage et ses problèmes de trésorerie. Ceci représente des économies d'échelle énormes », explique-t-il.

« Nous savons que le modèle financier HP Timsons tiendra la route aujourd'hui, et plus tard dans les plus forts tirages. La technologie numérique élimine énormément de frais fixes en les remplaçant avec une forme de coûts variables, car l'encre numérique est nettement plus chère, mais le seuil de rentabilité est plus élevé comparativement aux autres technologies numériques », commente M. Legault.

CPI croit que cette technologie déplacera les frontières de l'offset sur la base de la qualité, du prix de revient et de la robustesse. « L'ajout de l'équipement Timsons fera de notre rotative HP un modèle industriel équivalent à nos presses rotatives actuelles », clame M. Legault. ■■

France Brodeur

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Affluence en baisse aux salons

La conjoncture et l'enfilade des salons à la suite de la drupa pèsent sur les organisations.

Un thème revenait constamment : beau temps mauvais temps, il faut investir dans la nouvelle technologie.

L'automne dernier, Graph Expo de Chicago, Emballage de Paris et Print World de Toronto ont vu leur popularité décroître. Signe des temps (Internet), économie vacillante ou trop de salons ? Graph Expo signale une baisse de 12,5 pourcent de l'achalandage, par contre les organisateurs soulignent la qualité des visiteurs. Emballage ne compare pas le nombre de visiteurs avec la précédente édition de 2006, mais conforte sa position en 2008 comme salon international leader dans l'industrie de l'emballage. Quant à la plus modeste exposition de Toronto portant sur les courts et moyens tirages, Qi ne disposait d'aucun chiffre au moment de l'impression, mais personne ne se bousculait dans les allées durant les trois jours du salon.

Trois bémols

La situation économique a bien sûr ébranlé les assises des salons, mais on entend de plus en plus de professionnels de l'industrie se plaindre qu'il y a trop de salons, de nombreux exposants parler des coûts exorbitants et de la tendance croissante des présentations via le web ou dans les centres de démonstration et de formation. Il est vrai que, par le passé, il y avait moins de salons, que l'ère Internet n'était pas encore au rendez–vous planétaire et que l'économie était en meilleure santé. Aujourd'hui, même les défilés de mode internationaux commencent à se wébiser !

Plusieurs dièses

Outre leur trop grand nombre, les salons ont néanmoins l'avantage de réunir plusieurs offres sous un même toit. Ces offres sont cependant de moins en moins tangibles. À Graph Expo, par exemple, Agfa avait choisi de présenter un modèle réduit de sa presse :dotrix (superbe miniature colorée qui a attiré l'attention et l'intérêt des visiteurs).

Il faut également observer que les visiteurs étaient plus ciblés et sérieux dans leur décision d'achat – sentiment partagé dans tous les salons.

La portée

Lors de la journée-conférence précédant le salon, Heidelberg et Xerox annoncent qu'ils ne présenteront pas beaucoup d'équipements sur le salon.

Les nombreux exposants dans le domaine de la finition étaient au rendez-vous, mais les visiteurs ont tardé à venir.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

James Dunn, président de Heidelberg USA, au micro, Gavin Jordan-Smith, vice-président et directeur général, division prépresse et impression commerciale de Xerox Corporation, et Frank Tuechmantel, vice-président, marketing d'entreprise, EFI

Le salon Graph Expo s'est déroulé sur un fond d'éducation et de présentations des tendances qui influenceront l'évolution de l'industrie. Les nouvelles technologies, particulièrement la personnalisation, étaient à l'honneur. Gavin Jordan-Smith, vice-président et directeur général, division prépresse et impression commerciale de Xerox, souligne que la collaboration, illustrée notamment par les flux et les solutions d'impression via le web, ainsi que par la convergence des médias, doit faire partie des préoccupations de l'industrie. Selon lui, les futurs acheteurs d'imprimés sont des adeptes de YouTube, MySpace, des SMS et autres wigets. Le secteur des communications graphiques doit se tenir au fait. Enfin, il indique que le secteur offset flirte désormais sérieusement avec le numérique.

La journée-conférence précédant l'ouverture du salon Graph Expo de Chicago en octobre dernier a attiré des influenceurs et décideurs surtout des États-Unis, mais aussi du monde entier, notamment d'Éthiopie, d'Arabie Saoudite, du Brésil, de Russie, du Pakistan, de Hong Kong, du Mexique, etc., et du Québec, comme Kevin Cross, président d'Imprimerie Compuset, de Pointe-Claire.

Le salon Emballage 2008 a mis un accent particulier sur les exposants présentant des solutions écologiques : Espace biomatériaux.

James Dunn, président de Heidelberg pour les États-Unis, indique que l'imprimerie moderne doit articuler ses activités autour d'un flux de production. Il annonce quelques tendances dont la baisse des revenus publicitaires d'environ 10 à 15 % en 2009, mais une augmentation du pourcentage d'impression (à ne pas confondre avec une augmentation des revenus). Joe Webb, directeur du Centre d'économie et de recherche WhatThey-Think, reprend de tels propos expliquant que l'industrie a grandi, mais que sa valeur a diminué. Il relève un facteur (!) d'intérêt concernant les services postaux mondiaux qui jouent contre le secteur de l'imprimerie en raison de leur politique tarifaire. Il fait également allusion à la convergence des médias, relevant le faux-pas des éditeurs de quotidiens et autres publications en ligne qui ont lancé des versions web de leur publication, mais sans vendre le contenu dès le départ. Parmi les nombreux conseils ou pistes d'orientation stratégiques donnés ce jour-là, on a répété que les imprimeurs ne doivent surtout pas négliger le web, car leur site est souvent leur premier contact avec leurs clients potentiels.

La conférence sur les perspectives nous a également appris que la moitié des imprimeurs commerciaux possèdent un système d'information de gestion (MIS),

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Martin Charbonneau (à dr.), président de MD International, distributeur des presses Komori au Canada, en compagnie de Carl Rondeau, représentant des ventes de la gamme de produits Komori pour l'est du Canada. « L'évolution logicielle des machines de Komori avec l'interface intelligente KHS-AI est une avancée importante grâce à sa table de référence de papiers et l'option de mémorisation par travaux et par produits, par exemple », estime M Charbonneau.

Serge Ouellette, directeur régional Est du Canada, Heidelberg, a rencontré de nombreux nouveaux clients à Graph Expo. « Le prépresse intégré est une valeur ajoutée dans une imprimerie », dit-il. « Le numérique est un complément de l'offset et non un remplacement, car cette technologie produit des travaux qui ne sont pas "volés" à l'offset. »

« Les temps difficiles, seront aussi des temps fructueux », dit Michael Ring, vice-président, ventes et chef de la direction Marketing de Xeikon Amérique du Nord. « En période difficile, les prestataires de service doivent se demander ce qu'ils impriment, pourquoi et comment. » Xeikon, sous la société de portefeuille Punch Graphics, est revenu à son nom d'origine. M. Ring indique que la société souhaite accroître sa visibilité au Canada et que l'on peut s'attendre à en entendre parler davantage. Suite dans un prochain numéro.

mais qu'ils ne l'exploitent pas comme ils le devraient. Ce discours était tenu par Jeff White, directeur général des produits Monarch d'EFI. Les MIS sont devenus des forces motrices qui optimisent la productivité. Ils ont changé les rôles dans l'entreprise et réduit les interventions humaines (réduction du personnel). Xerox, fidèle à son modèle pédagogique développé depuis plusieurs années, a insisté sur les flux de production et le virage numérique, mais en soulignant que la migration sur le seul fait de la concurrence n'est pas un motif suffisant.

Xerox et Heidelberg s'attardent sur la complémentarité offset et numérique par le biais des formats JDF et JMF, qui feront le pont entre les deux technologies. Heidelberg avait tenté de pénétrer le marché numérique il y a quatre ans et en était ressorti, rappelle Dennis Ryan, Responsable de produits de flux Prinect. Aujourd'hui, Heidelberg est partenaire de Xerox et explique l'arrivée du JDF au postpresse et du flux Prinect dans les machines Xerox.

Les allocutions de la journée sont néanmoins optimistes pour ce qui est des nombreuses occasions offertes à l'industrie, des gains d'efficacité et du plus grand nombre de versions désormais nécessaires dans les secteurs de l'emballage et du publipostage, sans parler de la croissance de l'imprimerie sur d'autres marchés.

La gamme

Que les machines soient présentées ou pas, il reste que les offres des exposants demeurent riches et généralement innovantes dans les trois salons. Un thème revenait constamment : beau temps mauvais temps, il faut investir dans la nouvelle technologie.

Goss a présenté son nouveau service interactif GossRSVP qui relie l'imprimé au téléphone cellulaire. Non encore offert au Canada, ce service devrait séduire la prochaine génération d'acheteurs de communications graphiques. La valeur ajoutée à l'imprimé grâce à la technologie RFID (identification par radiofréquence – composée de plusieurs ondes) et l'annonce de la FFID (identification par onde radio – une onde de la fréquence) déployée à grande échelle font partie des prévisions d'avenir.

Chez KBA, le président et chef de la direction, Holger Garbrecht, présente une nouvelle gamme de supports filmiques par le biais de son association avec FLEXcon. Il indique notamment que : « en période difficile, les imprimeurs doivent se démarquer ». L'environnement commercial devenant plus complexe, KBA personnalise ses presses en fonction des besoins de ses clients. KBA était aussi là pour présenter sa technologie verte afin de montrer aux clients comment imprimer de manière écologique. Lawrence Robinson, vice-président des ventes pour KBA Canada, parle de l'esprit d'équipe qui anime KBA en Amérique du Nord, la présence du distributeur KBR Graphique et les témoignages d'imprimeurs, dont celui de Warren Werbitt de Pazzaz, personnifiait cet esprit.

Graph Expo a porté beaucoup sur les solutions d'aide à la production

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

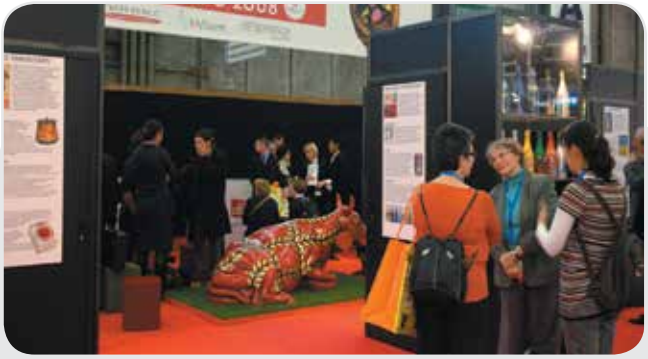
Des démonstrations jusque dans les moindres détails à Graph Expo

Une murale de plaques sur le stand d'Agfa Graphics à Chicago présente sa gamme de plaques, dont celles sans traitement, et de solutions CtP.

L'inspection d'étiquettes. La société italienne Pratti souhaite internationaliser ses activités, notamment en Amérique du Nord, et privilégiait les contacts d'affaires durant le salon Emballage

Des étiquettes, étiqueteuses, découpeuses et matériaux de tous genres à Emballage 2008

Les logiciels et le codage sont des enjeux majeurs en fabrication d'emballages



Art et emballage, exposition spéciale sur la collaboration d'artistes au développement d'emballages et d'étiquettes

L'impression qui repousse la limite des supports

imprimée et multimédia, et on a pu y constater une abondance de matériels de finition. Chez Müller Martini, tout comme sur la plupart des stands, on y présentait les mêmes machines qu'à la drupa, mais souvent en moindre déploiement. Le président et chef de la direction de Müller Martini, Werner Naegeli, a attiré l'attention sur la nouvelle ergonomie et l'ajout de dispositifs de sécurité dans une stratégie de prévention des accidents. La société a procédé, à Chicago, au plus important lancement de son encarteuse-piqueuse Primera.

Des solutions d'emballage d'Esko-Artwork aux nouveaux matériaux jusqu'aux flux innovants de Xanté à la nouvelle image de Ricoh-Infoprint Solutions, des services complémentaires de manroland, des nombreuses solutions écologiques, couleurs et personnalisées, dont celles de Fujifilm, d'Epson, de Canon et X-Rite, des machines offset numériques de Presstek qui semblent être sur une bonne lancée, il reste un goût de « revenez-y ». Et c'est ce que nous ferons ! ■■

France Brodeur

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Les **Encres Ultra**, une entreprise **propre, propre, propre**

C'est sous le signe de la convivialité et dans une ambiance festive que s'est déroulée, le 29 octobre dernier, l'inauguration des nouveaux locaux du fabricant d'encres Les Encres Ultra.

Plusieurs projets de développement à court et à moyen terme sont en cours au sein de l'usine, afin de lui permettre de prendre de l'expansion dans les prochaines années.

Le laboratoire de l'entreprise Les Encres Ultra

L'événement, organisé sous forme de visite guidée, a souligné l'agrandissement de l'entreprise familiale, dont la superficie totale a plus que doublé, passant de 10 000 à 24 000 pieds carrés. Clients et partenaires ont eu droit à une tournée commentée du nouveau laboratoire et de l'aire de production où ont été intégrées plusieurs nouveaux équipements, dont une nouvelle machine de fabrication d'encres à base d'eau.

« Cette inauguration publique se veut avant tout l'occasion d'annoncer notre déménagement et l'acquisition de notre propre édifice à Bois-des-Filion, mais également celle d'accueillir nos clients et nos partenaires dans nos nouveaux locaux, afin qu'ils puissent se familiariser avec nos méthodes de production », affirmait Frédéric Perrier, vice-président exécutif de l'usine. « Plusieurs clients se sont dits étonnés de la propreté et de l'étendue de notre surface de production. »

Des activités propres et plus écologiques

Fondé en 1996, l'entreprise Les Encres Ultra est aujourd'hui bien établie et compte 22 employés, dont 7 techniciens affectés au laboratoire et à la production. Le fabricant produit et distribue une gamme d'encres à base d'eau, de solvant et ultraviolettes adaptée aux besoins de sa clientèle locale.

L'entreprise, qui fabrique surtout des encres aqueuses, est soucieuse de respecter les normes écologiques propres à son secteur. Elle se fait un devoir de recycler ses contenants et ses encres. « Nous ne jetons jamais d'encre, elle est recyclée ou acheminée vers d'autres entreprises où elle sera incinérée », commente

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

M. Perrier. « De plus, les nouvelles machines que nous venons d'acheter nécessitent moins d'eau de lavage, ce qui nous permet de réduire considérablement notre consommation. »

Le président d'Encres Ultra, Germain Perrier, discute des projets d'expansion de l'usine.

Le nouveau système de production d'encre à base d'eau dont s'est dotée l'usine est complètement fermé et contrôlé par une console informatisée qui nécessite beaucoup moins de manipulation de la part des techniciens et tend à rendre le travail plus sécuritaire. La production d'encre à solvant s'effectue quant à elle dans une structure confinée, afin de permettre l'évaporation des substances toxiques. « Notre production est beaucoup moins salissante grâce à cette section d'une part, mais avant tout grâce à un travail quotidien de conscientisation des employés et à des habitudes de travail rigoureuses », ajoute M. Perrier, « la propreté est une de nos priorités. »

Diversification des activités

Plusieurs projets de développement à court et à moyen terme sont actuellement déployés aux Encres Ultra, afin de lui permettre de prendre de l'expansion dans les prochaines années. La nouvelle gamme de papier à base d'encre odoriférante, élaborée dans les laboratoires de l'usine en collaboration avec la compagnie Vex et mise en marché par Cascade, fait partie des projets récents. Des échantillons de ce papier, disponibles en plus de 200 fragrances, ont été distribués aux visiteurs tout au long de la journée.

Frédéric Perrier, vice-président exécutif, coordonne une visite commentée du laboratoire.

Machine de fabrication d'encres UV

L'entreprise offre également à sa clientèle un programme de formation sur la chimie des encres d'imprimerie dans son laboratoire. « Nous disposons d'un avantage concurrentiel fort appréciable », poursuit M. Perrier, « nous développons ici même des nouvelles formules d'encres qui donnent lieu à des résultats performants. »

La diversification des activités devrait entraîner une croissance de 2 % à 4 % du marché local québécois au cours des deux prochaines années. La fabrication d'encres UV n'occupe pour le moment qu'un tiers de la production, mais elle pourrait être amenée à croître si le fabricant devait connaitre un succès important. Le président d'Encres Ultra, Germain Perrier, a confiance en l'avenir : « Nous comptons agrandir notre division d'encres à solvant au cours de l'année qui vient et nous avons amplement d'espace ici pour doubler notre superficie de production si cela devenait nécessaire. »

Père et fils sont à la fois ravis et touchés du succès de cette inauguration : « De nombreux clients qui nous sont fidèles depuis bientôt 12 ans nous ont fait l'honneur de leur présence, et nous souhaitons réitérer l'invitation à tous ceux qui n'ont pu être des nôtre aujourd'hui : les portes de nos locaux sont toujours ouvertes. » Si l'entreprise arrive à maintenir son service personnalisé et ses hautes normes de qualité, ce dont ils sont tous les deux convaincus, elle devrait être vouée à un avenir florissant. ■■

Mylène Augustin

Vue de l'aire de production et de la nouvelle machine de fabrication d'encres à base d'eau

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Regard neuf

Retour sur l'étude salariale réalisée par le CSMO et sur la conférence exploratoire de l'automne dernier

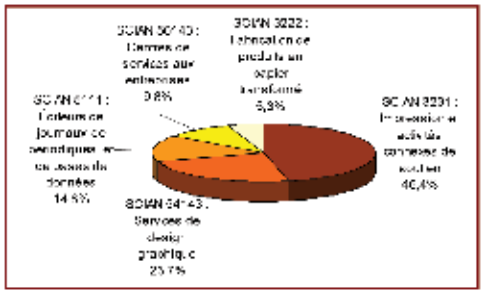
Les résultats devaient donc être lus non pas uniquement du point de vue du salaire, mais à partir de l'ensemble des critères présentés.

La publication, en juin 2007, de la première étude salariale de l'industrie graphique soulève encore des questions parmi certains professionnels de l'industrie. L'article présenté dans le numéro de novembre 2007 accompagné d'un tableau présentant la grille salariale a suscité des réactions chez des professionnels, qui en ont récemment fait part à Qi, sous le couvert de l'anonymat. Qi est donc retourné à la source et a demandé à Michel Cliche, directeur général du Comité sectoriel des communications graphiques du Québec (CSMO CGQ), de jeter un éclairage nouveau sur les résultats.

D'emblée, M. Cliche précise qu'il s'agissait de la première étude salariale jamais réalisée dans l'industrie des communications graphiques. Elle portait sur 29 métiers différents et tenait compte de la réalité tant montréalaise que régionale. Cette étude avait pour but de servir de barème en matière de rémunération, en plus de mesurer les perspectives d'emploi selon les différents corps de métiers. Les questions posées aux sondés ont ainsi révélé la rareté ou l'abondance d'embauche selon les emplois, en plus de quantifier les postes à combler dans un avenir rapproché.

Un contexte précis

L'étude a été élaborée sur la base des codes SCIAN (Système de classification des industries de l'Amérique du Nord). Le tableau ci-dessous précise la répartition des métiers de l'industrie graphique.



Répartition des entreprises à l'étude selon leur code SCIAN

L'étude signalait en gras que « Compte tenu des marges d'erreur significatives pour les codes SCIAN 3222, 5111 et 56143, les résultats les concernant doivent toujours être interprétés avec prudence. »

Les cinq catégories étudiées sont celles qui sont sous la responsabilité du CSMO. « En utilisant ces codes, nous avons pu fragmenter les données salariales par secteur », dit M. Cliche. « Ceci nous a aussi permis de dire qu'un corps de métier peut se trouver dans 1, 2, 3 ou les 5 secteurs. À partir de là, nous avons tenté d'étudier le poids salarial entre les différents services et procédés d'impression. Autrement dit, nous avons recherché la valeur médiane des métiers dans les secteurs de la conception graphique, du prépresse, de l'impression et de la finition, ainsi que de l'administration et service à la clientèle. »

Il poursuit en précisant que : « Il est important de noter que les entreprises majeures du secteur, soit Transcontinental et Quebecor, n'ont pas été comptabilisées comme groupe afin de ne pas fausser les résultats, mais que des établissements leur appartenant ont fait partie de l'enquête. Il en va de même pour les grandes entreprises qui ont des services d'imprimerie intégrés, par exemple l'Assemblée nationale, les institutions financières et les commissions scolaires. Celles-ci impriment soit en interne, soit avec des fournisseurs accrédités. De plus, ces entreprises apparaissent dans les codes SCIAN des services publics, des banques et autres. Le CSMO s'occupant de l'industrie graphique, il s'est limité aux codes afférant directement à l'industrie graphique. Nous avons voulu savoir, selon la taille des PME, comment l'échelle salariale se joue sur la base des strates d'envergure suivantes : 1 - 4 employés, 5 - 19, 20 - 49, 50 - 99, 100 - 499 et 500 employés et plus. »

Une moyenne uniquement

Le CSMO s'était donné comme prémisse de ne pas segmenter la population des travailleurs des communications

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

La Conférence exploratoire a suscité un vif intérêt dans toutes les strates de l'industrie graphique.

graphiques sondée entre syndiqués et non-syndiqués. « Nous nous sommes rattachés à la valeur moyenne, celle présumant du salaire le plus haut et du plus bas. L'étude a voulu établir une valeur médiane, autrement dit la moyenne entre les salaires des entreprises syndiquées, où le salaire est légèrement supérieur, et les entreprises non syndiquées, où les valeurs familiales et programmes d'intéressement peuvent combler cette différence », précise M. Cliche. « Le résultat est celui d'un travailleur au milieu de cette population. Cela nous permettait de voir si on pouvait briser la moyenne entre des populations qui se ressemblaient. »

Les résultats devaient donc être lus non pas uniquement du point de vue du salaire, mais à partir de l'ensemble des critères présentés, notamment les avantages sociaux détaillés, y compris la formation offerte.

De 2007. . .

Une telle étude est-elle toujours d'actualité ? « Une étude salariale vieillit de façon exponentielle », déclare M. Cliche. En effet, de nouvelles conventions collectives se signent, des entreprises cessent leurs activités ou se transforment, d'autres se créent. Ce type d'étude présente les tendances dans la mesure où le contexte ne varie pas.

« Dans la conjoncture de 2009, elle ne peut plus être valable, car le taux de progression normale que nous connaissions, soit d'environ 2 % par année, est bousculé. Les perspectives d'embauche ne sont plus exactes, puisque la prudence est de mise dans les entreprises. L'imprimerie est une industrie qui ne génère pas son activité, elle est tributaire de l'activité économique, et notre secteur en subit les contrecoups. »

. . . à 2009 – 2012

L'étude salariale n'a pas été mise de côté, ce référentiel concernant la rémunération dans l'industrie graphique demeure un outil utile pour établir des comparaisons entre différents secteurs et différents milieux de travail. Sa popularité fait d'ailleurs en sorte que des 500 exemplaires papier publiés, il n'en reste que quelques dizaines. Elle fait partie des réalisation majeures du CSMO, laquelle a été à nouveau présentée lors de la Conférence exploratoire que cet organisme a organisée en novembre 2008. Cette Conférence s'inscrit dans l'obligation du CSMO envers Emploi-Québec. Elle a pour but de servir de plateforme de planification stratégique des orientations du CSMO de 2009 à 2012.

Michel Cliche, directeur général, Comité sectoriel des communications graphiques du Québec

La Conférence a également servi de plateforme de lancement du diagnostic sectoriel, qui brosse un portrait de l'industrie à la fin de 2008. Celui-ci s'appuie sur les données statistiques les plus récentes, notamment celles du recensement de 2006, ainsi que sur les données recueillies des sondages auprès de 350 entreprises et de 123 employés syndiqués et non syndiqués du secteur graphique.

Elle sert en outre d'élément de réflexion sur les constats du diagnostic. En effet, lors de cette Conférence, le CSMO a mis sur pied des ateliers de discussion pour prendre le pouls de l'industrie et des différentes catégories d'activités. Les diverses tables rondes étaient composées de représentants de la direction d'entreprise, de travailleurs en entreprise, ainsi que de représentants des milieux de l'enseignement, gouvernemental et associatif.

M. Cliche explique l'importance de la diversité des participants aux tables rondes : « Chacun devait nous donner son opinion sur les problématiques de l'industrie graphique. Il ne faut pas oublier que les travailleurs jouent un rôle important dans le succès de l'entreprise et que la relève (étudiants) doit exprimer ses attentes afin de mieux harmoniser les exigences des entreprises. »

Le plan triennal

Le Plan stratégique qui découlera de cette rencontre marquera ainsi le début d'un nouveau cycle, soit celui d'une planification stratégique de 2009 à 2012. « C'est pourquoi cette activité est toujours d'une importance capitale pour les acteurs de notre secteur afin qu'ils puissent partager leurs préoccupations relatives à leur milieu de travail et nous donner des pistes de solutions et des recommandations pour orienter les actions du Comité sectoriel », conclut M. Cliche. ■■

France Brodeur

Nota : Pour en savoir davantage sur la Conférence exploratoire, veuillez lire le compte-rendu de Thérèse Marie Weis à la page 28.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

En **action** vers **l'avenir !**

Survol des activités de la 4e Conférence exploratoire du Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec

Le 14 novembre dernier avait lieu au Club de golf Métropolitain d'Anjou la 4e Conférence exploratoire du Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec (CSMO CGQ). Plus de 110 personnes se sont déplacées pour participer à cet événement d'envergure afin de dégager un consensus sur les prochaines grandes orientations de développement et les stratégies qui seront à privilégier par le Comité sectoriel au cours des trois prochaines années.

Dans son allocution de bienvenue, Michel Cliche, directeur général du Comité sectoriel, a souligné la présence des membres du Conseil d'administration du Comité, des représentants d'entreprises en provenance de toutes les régions du Québec, d'une quinzaine de travailleurs de toutes les centrales syndicales présentes dans notre industrie. L'ASP secteur de l'imprimerie, l'AEIQ, qui est l'association des enseignants en imprimerie du Québec, l'AAGM, des organismes de réinsertion ainsi que les représentantes du Conseil sectoriel canadien étaient également sur place. M. Cliche a tenu à mentionner la présence de Hervé Pilon, de Stratégies RH, qui a participé à la production de tous les documents liés à la conférence exploratoire et qui a joué le rôle d'animateur pendant le déroulement des ateliers et de la plénière.

Par la suite, Alain Derome, coprésident syndical du CSMO CGQ, a salué la participation du monde syndical et des travailleuses et travailleurs de notre secteur. Puis, André Houde, coprésident patronal du CSMO CGQ, a précisé que c'est grâce à des rencontres comme celle-ci que les actions du Comité sectoriel prennent tout leur sens.

Le directeur général a ensuite repris la parole afin de présenter les orientations qui avaient été prises en 2005 ainsi que les types de travaux qui nous avaient été demandés. Parmi ces cinq orientations, mentionnons d'abord celle de stimuler la demande en mobilisant les décideurs de l'industrie dans la réalisation d'un vaste plan de promotion et de communication afin de rehausser la notoriété du secteur auprès de la relève.

Enfin, le bilan des activités des trois dernières années en réponse aux cinq orientations proposées par les membres présents lors de la 3e Conférence exploratoire en 2005 a été présenté.

Une rencontre haute en couleurs

La conférence exploratoire n'aurait pas eu sa raison d'être sans la participation des invités présents aux trois ateliers, qui ont été préparés soigneusement par l'équipe du CSMO CGQ. En effet, la conférence exploratoire se divisait en trois segments uniformes qui se voulaient représentatifs de la clientèle que veut rejoindre le Comité sectoriel. Ainsi, un premier atelier portait sur « Les entreprises et leurs défis », un deuxième, sur « Les travailleurs et leur implication dans le succès » et le troisième, sur « La relève et ses attentes ».

La Conférence exploratoire 2008 fut, de l'avis de toutes les personnes présentes, une belle réussite de par l'organisation ainsi que par les documents qui ont été remis à chacun des participants. C'est en effet, selon une toute nouvelle formule, basée essentiellement sur les clientèles que vise notre action, que nous avons pu faire ressortir les préoccupations de celles-ci, ainsi que les propositions proactives qui ont été soulevées. Celles-ci pourront aider le Comité sectoriel dans les prochaines années à tracer les avenues menant au succès des entreprises, des travailleurs et de la relève de notre industrie. Grand merci à tous et à la prochaine. ■■

Thérèse Marie Weis
Adjointe à la direction générale et chargée de projets, Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec

La conférence exploratoire n'aurait pas eu sa raison d'être sans la participation des invités présents aux trois ateliers.

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

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Programme de **perfectionnement** pour les travailleurs de l'Industrie et les travailleurs autonomes

En collaboration avec Emploi-Québec

Une offre exceptionnelle !

32,00$

Introduction à la couleur et à la spectrophotométrie (16 heures)

Les 30 mars et 9 avril de 8 h à 17 h

OBJECTIFS

– Initier les participants à la théorie et à la mesure de la couleur
– Comprendre comment établir des standards et des tolérances couleurs
– Acquérir des connaissances pratiques en spectrophotométrie
– Se familiariser aux possibilités et avantages des logiciels de contrôle de la couleur

CLIENTÈLE

– Responsable et personnel du contrôle de qualité
– Contremaître aux presses / Technicien d'encre
– Responsable des achats d'encre ou des applications industrielles

Perfectionnement technique en flexographie (32 heures)

Les jeudis soirs du 26 mars au 14 mai de 18 h à 22 h

64,00$

OBJECTIFS

– Acquérir des connaissances techniques en flexographie
– Comprendre les possibilités et contraintes du procédé
– Discuter et résoudre des problèmes techniques

CLIENTÈLE

Cette formation technique est destinée aux gens désireux de comprendre plus en profondeur la flexographie :
– Directeur de production, technique / Contremaître aux presses
– Pressier / Assistant pressier / Monteur de plaques
– Personnel des encres, des plaques et contrôle de la qualité

Communiquez avec nous dès aujourd'hui!
Les places sont limitées!

INSTITUT DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES DU QUÉBEC

sgeoffrion@icgq.qc.ca
999, avenue Émile-Journault Est, Montréal (Québec) H2M 2E2
Tél. : 514 389-5061 Fax: 514-389-5840 www.icgq.qc.ca

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Des contenus **structurés** pour une meilleure **navigation**

La structuration de contenus met à contribution plusieurs intervenants qui travaillent en synergie dans l'objectif de construire, de manière intelligente, les fondations d'une plateforme technologique.

Les sociétés graphiques ont le double mandat de mettre de l'avant un contenu dont la présentation visuelle est impeccable et la structure, totalement cohérente.

Les outils de gestion de contenu (CMS) permettent aux entreprises de centraliser et d'uniformiser la gestion de l'information, de la création à la publication, en passant bien entendu par la structuration, quelle que soit la forme sous laquelle elle est mise en ligne : document, image, article, catalogue ou présentation vidéo. Ces outils constituent le lien déterminant entre la totalité de l'information devant être véhiculée par l'entreprise et les différents canaux sur lesquels elle sera diffusée. Ainsi, les utilisateurs – employés, clients ou partenaires – peuvent aisément adapter et contrôler les contenus qu'ils souhaitent diffuser à travers un portail unique de gestion.

Les entreprises travaillant dans l'industrie graphique ont le double mandat de mettre de l'avant un contenu dont la présentation visuelle est impeccable et dont la structure demeure totalement cohérente. En cette ère de communication rapide, où l'information prolifère à une vitesse quasi exponentielle, les internautes sont exposés à une importante quantité de contenus informatifs en libre circulation sur le web. Ces derniers, s'ils ne sont pas présentés de manière claire et optimale, finiront par rebuter le lecteur qui cherchera ailleurs l'information dont il a besoin.

Une analyse rigoureuse

Avant même de se lancer dans la gestion à proprement parler de l'information qu'elle souhaite diffuser, l'entreprise effectuera un premier travail d'épuration et de structuration, en collaboration avec une entreprise spécialisée dans le développement d'interfaces

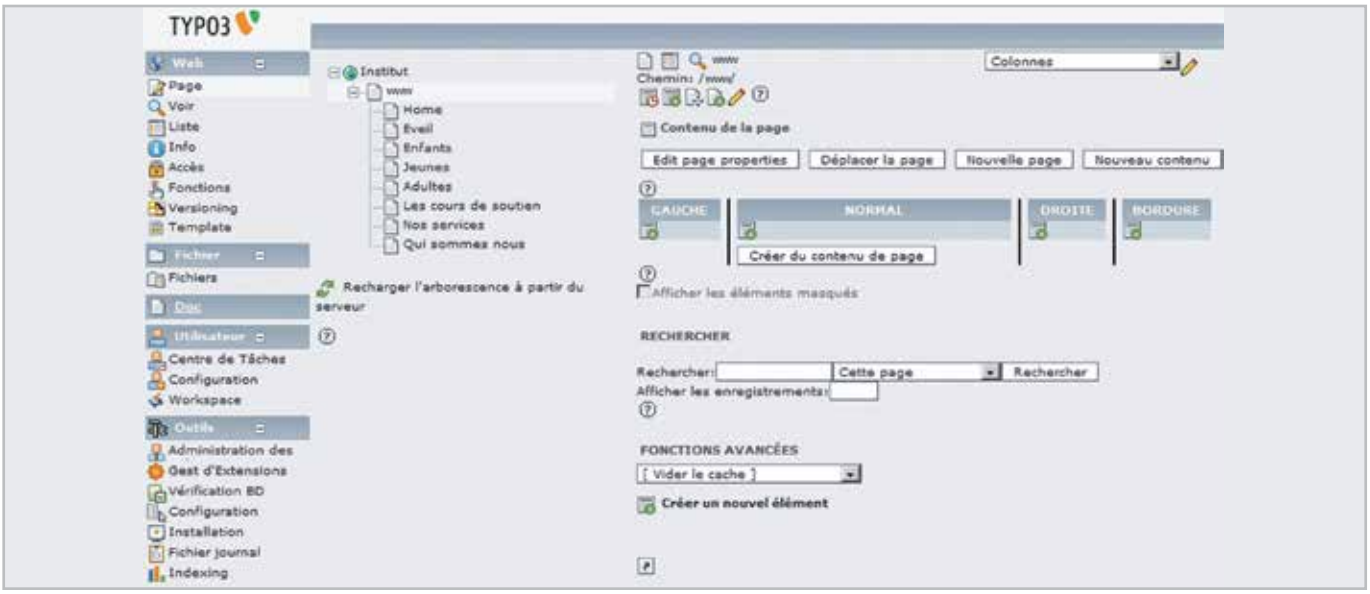
Vincent Bédard, directeur de production chez Nexun media

technologiques. Qu'il s'agisse d'un réseau intranet, extranet ou Internet, l'application repose sur les bases d'une structure logique et cohérente qui permet de fragmenter l'information en petites unités indépendantes, cimentées par des liens logiques et hiérarchiques. Le tout dans le but de favoriser la lisibilité, le traitement mental et la mise à jour du contenu. Cette structure dépend en grande partie de l'utilisation de l'application, du type d'industrie qu'elle défend et des pratiques déjà mises en place au sein de l'entreprise.

Nexun media, agence de conception de site web de Québec, développe des solutions adaptées de gestion de contenu électronique qui permettent aux entreprises d'atteindre un plus grand seuil d'autonomie dans la gestion de leur plateforme technologique.

« Selon les besoins spécifiques de nos clients, nous utilisons toutes sortes de logiciels,

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**



Interface du système de gestion de contenus TYPO3, dont les fonctionnalités incluent la structuration de contenus sur intranet, extranet ou Internet.

qui leur permettent de modifier ou d'ajouter eux-mêmes une série d'éléments dans leur site », explique Vincent Bédard, directeur de production chez Nexun media. « Afin de pouvoir implanter le meilleur outil de gestion pour l'entreprise, nous devons préalablement établir avec le client la structure de l'information qu'il aura à gérer par la suite. Cette étape implique l'analyse poussée du contenu à intégrer, de l'orientation de l'entreprise à court et à long terme, et également de la masse de contenu de ses différents compétiteurs », poursuit-il.

Les trois principes de structuration

Pour la plupart des sociétés d'impression et de communications graphiques, comme pour bien d'autres entreprises, trois facteurs cruciaux entrent en ligne de compte. Le déploiement de la structure des contenus à intégrer exige en effet : sécurité, navigabilité et flexibilité. Dans un contexte où plusieurs intervenants peuvent prendre part à l'intégration et à la mise à jour des données, le système de gestion doit assurer la sécurité de l'information à traiter. S'il combine un certain nombre de contenus sécurisés et non sécurisés, le système doit tout de même maintenir une forme de classification permettant aux administrateurs d'attribuer de manière hiérarchique des droits restreints aux autres utilisateurs.

La navigabilité est fort probablement le facteur le plus déterminant dans la forme que devra adopter la structuration du contenu, car elle définit avant toute chose la manière dont l'internaute interprétera l'information en tant qu'utilisateur. Il existe plusieurs types de configurations de navigation aussi valables les unes que les autres. Il est cependant important de s'interroger sur la méthode qui répondra le plus adéquatement aux besoins de son entreprise et se prêtera le mieux à son contenu spécifique.

Enfin, la gestion des contenus de la plateforme technologique doit permettre une grande souplesse, surtout si l'information qui y est publiée est appelée à changer rapidement. Il peut s'agir de procédures destinées aux employés, de catalogues de produits ou d'une grille de tarifs qui seront entreposés dans le système, puis archivés lorsqu'ils deviendront désuets. La structuration des contenus à gérer procure plus d'autonomie, elle accélère et facilite les changements fréquents. ■■

Mylène Augustin

Quelle est votre fonction ?

Les fonctions et titres des professionnels travaillant dans l'industrie graphique sont nombreux. Pour les collègues, clients, partenaires ou travailleurs d'autres segments de l'industrie, il n'est pas toujours évident de savoir ce que la personne fait exactement.
Faites-vous connaître tout en nous renseignant. Nous vous invitons à communiquer avec nous (redaction@qi-quebecimprimerie.com) pour répondre à la question posée par Qi.

Qi : Que faites-vous ?

Doris Métivier : Je suis directrice de la finition chez Imprimerie Sisca Internationale, de LaSalle. Une fois les travaux imprimés, c'est moi qui les dirige au bon service. Je m'occupe de la coordination complète des travaux dès qu'ils quittent la salle d'impression. Selon le type de finition requis, les travaux sont acheminés vers le pliage ou le massicotage. Je supervise le travail de 15 personnes afin d'assurer un contrôle de la qualité. Autrement dit, avant de démarrer le processus de finition, j'examine un échantillon afin de vérifier si le pliage d'une carte géographique, par exemple, est bien effectué ou si la coupe d'une brochure ou d'une affiche est conforme aux repères de coupe. Naturellement, les travaux sont toujours urgents et mon équipe et moi devons atteindre nos objectifs de production et, surtout, respecter le délai de livraison.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Continuer d'embrasser la nouveauté

Selon HP Canada

Au milieu de la tourmente financière, Qi s'est entretenu à la fin de l'automne avec Danny Ionescu, vice-président, Ventes et Marketing, Arts graphiques pour HP Canada.

L'imprimerie ne disparaîtra pas, mais en ces temps très difficiles, il faut l'examiner sous un éclairage différent.

Qi : L'industrie graphique subit les revers de la crise financière et traverse une période difficile. Quelle est votre perception de la situation ?

DI : Les conditions économiques sont réellement préoccupantes, et l'industrie n'est pas immunisée contre celles-ci. Elles ont un impact réel sur ceux qui voulaient devenir plus efficaces et rentables et qui n'ont pu exploiter la nouvelle technologie qui augmenterait leur compétitivité. L'accès au capital en est la cause. Les grands établissements financiers ont resserré leur politique de prêt. Récemment, par exemple, une transaction de trois quarts de millions de dollars qui avait été approuvée par un établissement de prêt a été bloquée. Nous avons dû engager la division des services financiers de HP pour concrétiser la transaction et avoir accès au crédit. Pourtant, ce client est une excellente compagnie d'envergure moyenne disposant d'un solide flux de trésorerie. Ceci n'est qu'un exemple bien sûr, mais il révèle que personne n'est à l'abri.

Ce sont les PMI qui sont le moteur de l'industrie, car elles peuvent proposer une excellente valeur ajoutée. Cependant, si on leur retire tout crédit, cela devient inquiétant. Les petites entreprises sont celles qui souffriront davantage, les moyennes entreprises qui ont longue histoire de bon crédit risquent de mieux s'en tirer.

HP est néanmoins déterminée à les aider au maximum. L'exemple de l'intervention des services financiers HP qui ont pu ouvrir les portes du crédit illustre l'approche plus dynamique adoptée afin de soutenir les clients qui veulent réellement amener leur entreprise dans une nouvelle direction, même en période de difficulté financière.

Qi : La situation est troublante...

DI : Attention, tout ne va pas mal. Pensons aux investissements que font certaines compagnies, ce sont des investissements sages, qui misent sur l'efficacité et la productivité d'équipement qui leur permettra de rentabiliser leurs investissements.

Ce n'est un secret pour personne, nous assistons dans l'industrie à l'augmentation des courts tirages, et c'est ce qui stimule la croissance de nos jours. Si les prestataires d'imprimés n'ont pas l'équipement pour soutenir le nouveau modèle d'affaires, cela sera un gros problème.

Je crois que dans toutes les périodes difficiles, il est possible de passer au travers. Pour sa part, HP a clairement montré qu'elle pouvait être à la hauteur en faisant non seulement l'acquisition d'entreprises dont les produits sont venu enrichir son propre éventail de produits, mais nous avons , chez HP, développé des technologies innovantes. Il faut être combatif et offrir de nouveaux produits et services qui permettront à la croissance de se réaliser.

Ce n'est pas parce que la conjoncture est mauvaise que tout le paysage est morose. Il y a malheureusement des compagnies qui vont y perdre, mais d'autres réussiront. L'histoire passée montre qu'en période difficile, il y a toujours des histoires de réussite.

Qi : Croyez-vous que la scène de l'industrie graphique se transformera ?

DI : Dans une certaine mesure, oui. La disparition de plusieurs prestataires fut un choc pour l'industrie au Canada et met en évidence le fait que personne n'est à l'abri. Par contre, les compagnies qui sont bien structurées et

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

équipées pour affronter les défis seront plus solides. La transformation du paysage sera aussi le résultat de compagnies qui fusionneront, consolideront leurs actifs, etc.

Cela fait partie de l'écosystème de la même manière que le modèle des usines automobiles. On n'a qu'à se souvenir des trois dirigeants de l'industrie automobile des États-Unis qui ont revendiqué des fonds à leur gouvernement pour les protéger. Au Canada la situation s'est répétée avec Ford et GM, tandis qu'au même moment, Toyota annonçait l'ouverture d'une usine de production à Woodstock (ON) avec l'embauche de 1 500 nouveaux travailleurs. Autrement dit, ce n'est pas toute l'industrie automobile qui est dans le pétrin. L'exemple de Toyota est là pour le prouver. La même chose s'applique à notre industrie. Je ne tente pas ici de faire de la macroéconomie, je relève simplement la pertinence des faits et que, dans toute industrie, il y en a qui réussissent, et très bien même.

Qi : La diversification des segments est-elle un facteur de réussite ?

DI : Je crois qu'il faut écouter les clients, comprendre ce que le marché souhaite et réagir le plus rapidement possible. Ainsi, HP s'est positionnée sur un modèle de croissance, ses décisions dans le segment graphique ont effectivement contribué à sa performance dans le monde entier. Il ne s'agit pas de pousser uniquement les ventes, l'offre doit être globale, c'est-à-dire réunir tout ce qui est nécessaire au succès d'un client. Selon moi, les décisions prises à ce jour et les ventes de HP sont un baromètre, car en fin de compte, les clients votent avec leur portefeuille.

Qi : Comment les médias électroniques influencent-ils l'imprimé ?

DI : Il ne fait aucun doute que la technologie HP participe à la génération de communication hybride. Les médias électroniques favorisent la production d'imprimés. Ils participent à la croissance de l'industrie graphique. Plus on facilite la tâche aux clients en matière de conversion et de création, plus il se produit d'imprimés.

Aujourd'hui, le domaine de l'édition est un secteur en bonne santé, car il dispose de nouveaux moyens d'imprimer des livres. Les livres peuvent être personnalisés et imprimés en courts tirages et réduire leur impact sur l'écosystème. Les anciens modèles d'affaires engendraient beaucoup de pertes financières et matérielles, mais les médias électroniques ont préconisé de nouveaux modèles plus rentables. Par exemple, ce ne sont pas toutes les photos qui seront imprimées, il est désormais possible grâce aux médias électroniques de sélectionner les images, de personnaliser des imprimés et des objets comme des tasses, albums photos, calendriers et autres.

Danny Ionescu, vice-président, Ventes et Marketing, Arts graphiques, HP Canada

Qi : L'industrie graphique est de plus en plus sensibilisée à son empreinte environnementale, dans quelle direction se dirigeront les efforts de HP ?

DI : La technologie d'encre latex de HP est un domaine clé de développement dans l'avenir immédiat. Nous poursuivrons notre investissement en R&D, car nous croyons que c'est ce que les consommateurs voudront acheter. La polyvalence de cette technologie écologique, qui repose essentiellement sur la même formule de colorant que l'encre à solvant et convient tant à l'affichage intérieur qu'extérieur, est offerte sans supplément « vert ». Il s'agit d'une percée technologique qui révolutionne l'imprimerie. Au Canada, deux clients déploieront cette technologie. Ils ont fait un formidable travail pour se démarquer sur le marché en choisissant cette technologie pour renforcer leur position et devenir des leaders... Ce qui me ramène à votre première question : ce sont ceux qui ont une vision d'avenir, qui sont prêts à devenir des pionniers qui résisteront aux affronts économiques. C'est d'ailleurs dans ce but que Reproart Imaging de Toronto vient d'acquérir une presse latex L65500.

L'industrie n'est pas dans la misère, mais elle doit demeurer vigilante, se raffiner et tenir compte des économies stimulées par la technologie. Elle doit utiliser les médias électroniques pour produire des imprimés pertinents pour ses clients. Enfin, elle doit cultiver le sens de la valeur ajoutée.

L'imprimerie ne disparaîtra pas, mais en ces temps très difficiles, il faut l'examiner sous un éclairage différent. Année après année, HP a affiché un taux de croissance de 41 %, c'est donc dire que les gens impriment et continuent de le faire, mais il faut évaluer les occasions avec discernement.

Qi : Vous êtes donc optimiste malgré tout ?

DI : Je suis d'un naturel optimiste, mais on ne peut pas simplement attendre que les choses arrivent : il faut être proactif. Au cours des derniers mois, des compagnies québécoises ont investi dans la technologie de pointe. Des prestataires comme Imagerie DB et Quadriscan sont des pionniers. Ils ont dû traverser des moments difficiles, car au début, il était laborieux de vendre une technologie inconnue, qui avait nécessité un gros investissement et une infrastructure dédiée. La nouveauté est souvent un obstacle, mais lorsque la nouveauté s'installe, il n'y a plus rien de nouveau du point de vue technologique et la seule différence est alors le prix plus bas. Par contre, ceux qui font les choses différemment seront capables de vendre une proposition à valeur ajoutée aux consommateurs. Certains continueront d'investir et d'être des pionniers. ■■

France Brodeur

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Imprime-Emploi : quand **insertion** rime avec **impression**

Pour assurer son développement, l'organisme sans but lucratif doit compter sur d'autres sources de financement, comme le spectacle-bénéfice présenté en novembre de chaque année.

L'école n'est pas seulement dans l'école, mais aussi dans les entreprises.

Michel Desjardins, président et fondateur Imprime-Emploi

Créé en 1996, Imprime-Emploi est une passerelle vers l'emploi pour une quarantaine de participants qui y reçoivent une formation en finition et en reliure. Membre du Collectif des entreprises d'insertion du Québec, Imprime-Emploi est un aussi un employeur offrant aux participants un statut de salarié, qui leur permet d'acquérir une expérience en milieu de travail et l'employabilité nécessaire pour trouver un travail décent.

Les revenus d'Imprime-Emploi viennent en partie de subventions qu'Emploi-Québec verse aux entreprises d'insertion, mais aussi de contrats de production externes, ce qui lui procure une autonomie de gestion. L'organisme sans but lucratif doit également compter sur d'autres sources de financement, comme un spectacle-bénéfice organisé chaque année, depuis 2006. Cette année, la soirée d'Imprime-Emploi au Théâtre Corona, à Montréal, a pu compter sur la participation de Daniel Bélanger et a permis d'amasser plus de 21 000 $. « Grâce à cet argent, nous pourrons investir en finition, renouveler notre matériel et gagner en efficacité et en production », explique Michel Morin, directeur général d'Imprime-Emploi. « Nous projetons également de retravailler notre plan de formation et d'établir une mesure d'impact à long terme de nos activités d'insertion. »

Les clients d'Imprime-Emploi, majoritairement du monde de l'économie sociale, reçoivent des services d'impression numérique, en noir et blanc et en couleurs, en petits et grands formats, ainsi que des services de finition et de reliure. La sous-traitance auprès des imprimeurs se concentre sur la finition. « Ces contrats représentent moins de 10 % de notre production », précise Michel Morin. « Toutefois, ce segment de clientèle vient accroître le bassin d'employeurs pour nos participants. »

Michel Morin, directeur général d'Imprime-Emploi

Cliente de l'entreprise, Monique Boucher, coordonnatrice de la boîte de design graphique Fleur de Lysée, a participé à l'événement-bénéfice de novembre dernier. « Nos propres clients nous demandent de privilégier les organismes à caractère social dans le choix de nos fournisseurs, ce qui cadre avec notre propre mission, dit-elle. Nous faisons appel à Imprime-Emploi pour des services d'impression numérique et des travaux manuels de finition. »

L'entreprise a vu le jour dans l'arrondissement Rosemont – La Petite Patrie qu'André Lavallée, maire de l'arrondissement, qualifie de pépinière d'entreprises d'insertion. « La soirée-bénéfice d'Imprime-Emploi a été l'occasion de réunir le réseau d'acteurs sociaux entourant l'organisme », dit-il. « Avec leur dimension sociale et leur dynamique d'appartenance, les entreprises collectives sont génératrices d'idées nouvelles et souvent la

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

source d'une revitalisation sociale. En créant Imprime-Emploi, Michel Desjardins a fait preuve d'innovation en affirmant que l'école n'est pas seulement dans l'école, mais aussi dans les entreprises. »

André Lavallée, maire de l'arrondissement Rosemont – La Petite Patrie

Souvent, les participants d'Imprime-Emploi sont aux prises avec de graves problèmes psychosociaux. « Notre travail consiste à leur donner des outils qui leur permettra d'obtenir un bon emploi et, par conséquent, un revenu stable, qui leur assurera une vie meilleure, estime Michel Morin. Mais notre mission vise également à leur offrir un accompagnement qui va bien au-delà de l'aspect du travail. Lorsque la situation l'exige, nous collaborons avec les intervenants psychosociaux qui suivent certains de nos participants. » À son avis, il est nécessaire d'investir dans une étude approfondie des besoins de la clientèle d'insertion pour réussir la mission de l'entreprise. « Nous devons savoir où les gens sont rendus après deux ans, s'ils sont autonomes, s'ils conservent leur emploi ou sont retournés aux études et s'ils se sont intégrés socialement », ajoute M. Morin.

Michel Desjardins, président et fondateur d'Imprime-Emploi

Michel Desjardins assure que la soirée-bénéfice annuelle sert bien la mission d'Imprime-Emploi : « Elle représente un appui financier important, mais elle est aussi une bonne tape dans le dos à celles et à ceux qui portent l'entreprise au quotidien. »

Hélène Simard

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Une **visite** chez **Scientific Games**

Des finissants du Programme AEC Chargé de projet en travaux d'imprimerie du Collège Ahuntsic se frottent au milieu.

Scientific Games est un grand fournisseur de solutions intégrées relatives aux billets, jeux de loterie, course et de cartes d'appel. Au cours des récentes années, l'entreprise a embauché des diplômés du Programme AEC (attestation d'études collégiales) du Collège Ahuntsic. De nouveaux diplômés ont voulu savoir si la formation dispensée correspondait aux attentes de l'employeur et si les compétences enseignées préparaient bien les employés.

Diplômés du Programme AEC Chargé de projet en travaux d'imprimerie chez Scientific Games, en compagnie de Claude Champagne, chef de service des approvisionnements (avant-dernier) : (de g. à dr.) Patrick Murphy, acheteur, Sébastien Millette, chargé de projet principal, et Jonathan Tran, chargé de projet, chez Scientific Games

La pertinence du Programme

Un programme AEC Chargé de projet en travaux d'imprimerie prépare les étudiants à la réalité du marché de l'imprimerie. Le Collège Ahuntsic offre ce programme depuis 15 ans sous forme d'apprentissage intensif de 11 mois. Il est dispensé par des enseignants aguerris et au fait des exigences actuelles de l'imprimerie. Il a pour but de favoriser le développement des compétences liées à la coordination des ressources matérielles et humaines, aux relations interpersonnelles, à la communication et à la connaissance approfondie des procédés d'impression afin d'établir des devis, même les plus complexes.

Claude Champagne, chef de service chez Scientific Games, fait observer que le haut calibre des connaissances acquises par les chargés de projet et d'estimation a favorisé l'embauche de plusieurs anciens étudiants du Programme AEC. « Les fonctions de chargé de projets et d'estimateur exigent en outre une maturité du candidat pour qu'il soit capable de travailler sous pression et d'exécuter plusieurs tâches en même temps », dit-il, « mais ce qui est primordial, selon moi, c'est d'avoir une bonne attitude. »

(De g. à dr.) Rangée avant : Isabelle Taillefer et Josée Labrecque, rangée arrière : Guy Bruneau, Gabrielle Du Paul et Yves Chiasson. Isabelle a travaillé au contrôle de la qualité dans une entreprise de fabrication de papier autocollant avant de se tourner vers l'univers fascinant de l'imprimerie. Josée a évolué dans les milieux du vêtement et du meuble avant de faire le saut dans celui de l'imprimerie.Guy a été entrepreneur électricien durant une dizaine d'années avant de s'inscrire au cours AEC .Gabrielle a été photographe chez Transcontinental avant de développer une créativité qui va bien au-delà de l'aspect simplement esthétique du travail dans le monde de l'imprimerie. Yves a fait son chemin au sein d'imprimeries avant de se perfectionner comme chargé de projets et estimation.

Patrick Murphy, diplômé du Programme AEC Chargé de projet en travaux d'imprimerie du collège Ahuntsic, a débuté comme estimateur avant de devenir acheteur au service de l'approvisionnement chez Scientific Games. Selon lui, la formation qu'il a suivie lui a permis de se trouver un emploi trois semaines après la fin de son cours. « J'étais en mesure de fournir une estimation complète dès le premier jour de mon emploi, mais il m'a fallu quelques mois pour me sentir réellement à l'aise dans tous les aspects de mes nouvelles fonctions », estime-t-il. « À part bien sûr le coté technique, le jargon du milieu a fait qu'en sortant du cours, je parlais la même langue que mes futurs patrons et collègues. »

Yves Riopel, enseignant au Programme AEC chargé de projet et d'estimation du Collège Ahuntsic

Cet exercice a permis de faire ressortir les forces du Programme, ainsi que les points à améliorer pour satisfaire au mieux les attentes de tous. Yves Riopel, enseignant au Programme chargé de projet et d'estimation, tient à remercier tous les intervenants à cette rencontre et particulièrement Scientific Games pour avoir ouvert ses portes à des finissants avides d'en savoir toujours plus. ■■

France Brodeur

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Un **nouveau** cadre **d'apprentissage** en Beauce

Des locaux modernes pour la relève en communications graphiques au Cégep Beauce-Appalaches

La direction du Cégep Beauce-Appalaches, situé à Saint-Georges, a inauguré ses nouveaux locaux équipés des plus récents équipements pour son programme de Gestion de projet en communications graphiques. L'inauguration a eu lieu le 16 décembre dernier devant de nombreux représentants de l'industrie. Le Cégep a investi plus de 100 000 $ pour doter les étudiants et les professeurs de nouveaux locaux, de logiciels et d'équipements à la fine pointe de la technologie. L'inauguration fait partie d'un plan de rénovation de 6,5 millions $ du Cégep, annoncé lors de la rentrée d'automne.

Depuis l'automne, le programme dispose de locaux exclusifs situés au Centre intégré de mécanique industrielle de la Chaudière (CIMIC), à la Cité étudiante de Saint-Georges, tout près du Cégep. Pour le coordonnateur du Programme de Gestion de projet en communications graphiques, Jean-Philippe Aubé, ce réaménagement était plus que nécessaire pour répondre aux exigences actuelles des marchés de l'imprimerie et du multimédia. « Nous disposons maintenant des conditions nécessaires pour reproduire parfaitement les situations de production et de gestion de projet telles que vécues dans l'industrie », explique M. Aubé. « Grâce à un environnement reflétant totalement celui du marché du travail, nous pouvons offrir un enseignement plus pratique, permettant de simuler adéquatement les conditions de travail d'un chargé de projet. Les étudiants seront encore mieux préparés à faire face aux exigences du marché. »

Jean-Philippe Aubé, coordonnateur du programme, devant la table de visualisation des couleurs GTI

Charles Garneau, directeur général du Cégep, Chantal Doyon directrice générale du CIMIC, en compagnie de la directrice des Études, Rachel Aubé, et du coordonnateur, Jean-Philippe Aubé, lors de l'inauguration des locaux

Du matériel de haut calibre

Le Cégep s'est doté d'un laboratoire de contrôle de la qualité et de l'analyse de la couleur s'appuyant sur de nouveaux logiciels et instruments de mesure de la couleur. Il a ainsi fait l'acquisition d'un spectrophotomètre X-Rite DTP-41, d'un spectrodensitomètre X-Rite 530 , ainsi que d'une cabine d'approbation des couleurs GTI avec trois illuminants, permettant de simuler les différentes conditions d'éclairage pour approuver les épreuves dans les meilleures conditions possible.

Une nouvelle salle d'impression a été équipée de deux nouvelles imprimantes jet d'encre pour l'impression d'épreuves couleur : Epson Stylus Pro 4880 et 9880. L'Epson Stylus Pro 9880 peut imprimer sur 42 pouces de largeur. Cette salle comprend, en plus, une imprimante laser couleur Xerox 7760 haute définition.

Le laboratoire de gestion de production et prémédia comprend 12 ordinateurs iMac incluant l'environnement Windows pour le logiciel de gestion de la production et l'estimation des coûts. Chaque étudiant bénéficie de l'espace suffisant pour travailler sur des documents grand format. Un tableau de production, fixé au mur de la classe, permet en outre de simuler la gestion de travaux en cours d'exécution.

Les deux imprimantes à jet d'encre Epson Stylus Pro de la nouvelle salle d'impression

Transcontinental Interglobe de Beauceville a généreusement offert au Cégep un flux de production numérique Rampage V11, d'une valeur de 30 000 $. « Un programme collégial équipé d'un flux complet, ce n'est pas rien ! Comme la plupart des industries qui travaillent avec ces systèmes-là, un programme d'études qui forme une clientèle de travail sur un flux comme Rampage rendra le diplômé encore plus polyvalent », commente M. Aubé. « Nous disposons également d'un logiciel de gestion de production,

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

appelé l'Indicateur, qui permet à l'étudiant de contrôler des opérations liées à la prise de commande, à l'estimation, aux achats, au suivi de la production et à la gestion du prix de revient », ajoute-t-il. Acquis l'an dernier, l'Indicateur a été développé localement à Saint-Georges par Tac Tic Solutions, propriété d'Éric Gilbert. Ce logiciel basé sur FileMaker est de plus en plus répandu dans les imprimeries et centres de reprographie du Québec.

Les enseignants ne sont pas laissés pour compte. Ils profitent d'un espace abritant trois bureaux et un centre de documentation.

Une formation de pointe

Le Cégep a également pris une orientation multimédia. « Il y a beaucoup d'entreprises qui produisent des sites web et des agences de multimédia, qui ont de plus en plus besoin de ressources humaines à la gestion de projets spécifiques au multimédia. Comme il n'y a actuellement aucun programme collégial au Québec permettant de former des chargés de projet en web, le Cégep Beauce-Appalaches est en train d'adapter son programme à cette fin, le marché souhaitant de plus en plus avoir des finissants hybrides : imprimé et web », indique M. Aubé.

Les nouveaux locaux et aménagements au CIMIC devraient participer au recrutement de futurs étudiants issus du niveau secondaire et de la clientèle adulte. Chef lieu régional dans le domaine de l'imprimerie, la région Beauces-Appalaches entend continuer de se démarquer pour les générations futures. ■■

Jean-François Fecteau

Un **débat criant** d'actualité

De gauche à droite, Patrice Mangin, Pierre Léonard Harvey, modérateur, directeur du Laboratoire de communautique appliquée (LCA) de l'UQÀM, Éric Le Ray, société EPC @ Partners, consultant et chercheur associé au département de communication sociale et publique de l'UQÀM. (Photo : Stéphanie Bissonnet CSMO-CGQ)

Plus d'une cinquantaine de personnes ont assisté le 3 novembre dernier à un débat précédant la sortie du livre *La Bataille de l'imprimé à l'ère du papier électronique.*

Dirigé par Magda Fusaro, titulaire de la Chaire UNESCO-Bell en communication et développement international de l'UQÀM, et animé par Pierre Léonard Harvey, professeur-chercheur au Département des communications de l'UQÀM, le débat réunissait Éric Le Ray, chercheur associé au département de communication de l'UQÀM, et Patrice Mangin, directeur du Centre Intégré en pâtes et papiers à l'UQTR. Jean-Paul Lafrance, ancien directeur de la Chaire Unesco-Bell, et Jacques Michon, directeur des Projets de la Chaire de recherche du Canada en histoire du livre et de l'édition de l'Université de Sherbrooke, n'ont pu se joindre au débat.

Le débat a rendu hommage aux nombreux collaborateurs de ce projet et aux deux organismes qui ont contribué à sa réalisation, autant par leur soutien que par leur apport financier, soit le Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques et la Chaire Hector Fabre de l'histoire du Québec.

La genèse du projet

Le projet s'inscrit dans la suite d'un colloque sur la bataille de l'imprimé à l'ère du numérique, organisé par M. Le Ray, en septembre 2006. Plusieurs des intervenants qui s'étaient exprimés à l'occasion de ce colloque ont, par la suite, participé à l'écriture du livre *La Bataille de l'imprimé à l'ère du papier électronique*. On y a indiqué qu'il est le fruit d'une collaboration de 35 auteurs, qui œuvrent de près ou de loin dans le domaine de l'imprimerie. Il explore cinq thèmes fondamentaux et présente le point de vue de professionnels, d'universitaires et de plusieurs personnalités connues de l'industrie des arts graphique sur la question fondamentale de l'avenir de l'imprimerie.

Magda Fusaro, organisatrice et titulaire de la Chaire UNESCO-Bell en communication et développement international de l'UQÀM, souhaitant la bienvenue aux participants. (Photo : Sandrine Prudent)

L'avenir du papier

Le livre et les débats permettent d'explorer, entre autres, le phénomène de concurrence du papier classique et électronique. L'objectif n'étant pas d'annoncer la

suite à la page 41

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

TENDANCE G

le Gala Gutenberg

21 avril 2009

Venez célébrer l'excellence
en compagnie de Pénélope McQuade
et danser au rythme des années 80, 90 et 2000
avec le spectacle d'Alter Ego.

Faites vite, les places sont limitées!
Réservez dès maintenant au 514 844-3224

Organisé par les Artisans des Arts Graphiques de Montréal

Merci à nos partenaires 2008

GROUPE DE DISTRIBUTION DOMTAR JBR La Maison du Papier
xerox
sappi
ENVIRO100 de Cascades
HEIDELBERG
transcontinental
Tembec GROUPE DES PAPIERS
Desjardins Centres financiers aux entreprises
Québec Imprimerie
Domtar
Papier Coast
UNIGLOBE Voyages UNIGLOBE CONTACT AMÉRIQUE
DIECO
communications imprimées bellemare Sérigraphie & impression numérique
huber group Hostmann-Steinberg
SunChemical
Gam
Dollco Printing A Dollco Corporation Company
IMPRESSIONS numericart Inc.
MONT-ROY L'IMPRIMEUR
OPALE impressions
INSTITUT DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES DU QUÉBEC
Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec
Les productions Sylvain Fortin multivet média
Le groupe infographieplus

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

La **perforation,** bien plus que des **trous…**

Faire des trous dans une feuille peut paraître banal, mais quand il s'agit de reliure ou de finition sophistiquée, tout n'est pas si simple.

La perforation est une étape importante qui doit avoir été bien faite, car dans le cas contraire, les sections seront décalées au moment de les relier.

Utile ou simplement pratique, la perforation exige un équipement particulier et des connaissances assez spécialisées. En règle générale, la perforation du papier est faite au façonnage, grâce à un dispositif de perforation installé directement sur la plieuse. À l'entrée, la perforation facilitera le pliage d'un papier épais, enlèvera l'air et contribuera à réduire l'épaisseur au côté dos des cahiers à relier. « La perforation ordinaire permet d'aplanir la surface d'un livre à relier, sans quoi le dos serait plus épais que le reste, dans la pile formée par les cahiers », explique Patrick Ballard, chef d'équipe du service de pliage et de perforation, chez Edicible, à Ville Saint-Laurent.

Sachez chasser cet air

Dans la fabrication d'un ouvrage relié, à l'étape du pliage, il peut se former une poche d'air dans les cahiers, ce qui risque de provoquer le plissage des feuilles. « Le but premier de la perforation, c'est d'évacuer l'air du document avant la reliure, afin d'empêcher le plissage », précise Richard de Grandpré, chef d'équipe de la reliure et de la finition chez Pazazz, à Ville Saint-Laurent.

Reliure Sélecte, à Québec, relie deux à trois millions de livres par mois, la plupart étant des ouvrages que ne peuvent relier les chaînes de finition des imprimeurs. « Environ 90 % de notre production provient des imprimeurs travaillant sur presse rotative. Dans bien des cas, le matériel imprimé arrive déjà plié et perforé », explique Daniel Lebœuf, président. « La perforation est une étape importante et doit avoir été bien faite, car dans le cas contraire, les sections seront décalées au moment de relier, parce que l'air n'est pas chassé également. Lorsque les feuilles nous sont livrées à plat, la reliure est plus facilement contrôlable, parce que nous faisons nous-mêmes la préparation et notamment la perforation et le pliage », ajoute M. Lebœuf.

Perforer pour plus de résistance

Pour assurer la bonne tenue des feuilles d'un livre, il est essentiel de bien préparer le dos formé par les cahiers assemblés avant de relier le tout. « Avant la reliure sans couture, on procède au grecquage, qui consiste à perforer les cahiers empilés en créant, dans le bord à relier, des entailles appelées grecques », explique Richard de Grandpré. Le grecquage permet au dos de rester uni pendant l'encollage. En outre, la colle appliquée va se loger dans ces entailles, augmentant ainsi la surface de contact entre le papier et la colle. Cette préparation procure à l'ouvrage relié une plus grande résistance à l'arrachement. Certains outils produisent même un micro-grecquage lorsqu'une résistance accrue est nécessaire.

Les outils de perforation

Placée à l'entrée ou à la sortie de la plieuse, l'unité de perforation comprend une molette dentée montée sur le cylindre. Pour un pli standard, une molette dentée installée sur le cylindre supérieur perfore le papier en appuyant sur une contrepartie fixée sur le cylindre inférieur. Le nombre de dents de la molette, et donc la grosseur de celles-ci, varie selon l'épaisseur de l'ouvrage à perforer.

Il existe trois modes de perforation du papier et donc trois types correspondants de molettes : perforation par coupe, par rupture et par découpe. Pour les deux premiers types, les molettes se distinguent par leur nombre de dents. Pour qu'il y ait rupture du papier (un coupon détachable, par exemple), la molette doit porter entre 40 et 80 dents. Quant à la perforation par découpe, l'unité doit comprendre deux contre-éléments fixés sur l'arbre inférieur. La découpe produit de grandes nervures, idéales pour les plis croisés de cahiers épais ou les papiers à fort grammage.

La perforation et la micro-perforation permettent la fabrication de toutes sortes d'éléments détachables, des coupons aux enve-

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

loppes-réponses, en passant par les rouleaux de papier hygiénique et les cartes ou étiquettes prédécoupées exigeant un détachement facile. « Dans certains cas, la perforation n'est pas continue, comme dans le cas d'une carte à détacher placée au bord de la feuille », explique Richard de Grandpré. Un dispositif pneumatique, commandé par un microprocesseur, assure une perforation partielle ou discontinue, créant les formes les plus diverses.

Richard de Grandpré, chef d'équipe, reliure et finition chez Pazazz, devant une plieuse MBO 30 avec unité de perforation

Perforer pour relier en spirale

La reliure dite mécanique offre plusieurs avantages. Outre des coûts très raisonnables, elle permet l'ouverture à plat d'un document et l'assemblage d'éléments variés sous une même couverture, sans se préoccuper du grain du papier lors de l'imposition. Dans les productions à fort volume, ce sont les relieurs spécialisés qui prennent cette tâche en main. Reliure Alternative sert essentiellement les imprimeurs et reçoit environ 70 % du matériel directement de la presse. L'atelier

Patrick Ballard, chef du département de pliage et de perforation chez Édicible, devant une plieuse MBO

de Québec assure donc toutes les étapes successives, depuis la coupe jusqu'à la pose de la spirale. « En raison de la diversité des éléments à assembler, nous utilisons des chaînes de reliure modulaires, mais nous sommes aussi les seuls au Canada à avoir une chaîne entièrement automatisée du fabricant allemand Bielomatik », explique Pierre Primeau, président de Reliure Alternative. « Pour réduire la gâche au minimum, nous nous assurons que la coupe est régulière. La perforation ne dépasse jamais 2 mm d'épaisseur à la fois afin d'éviter une soudure entre les feuilles », ajoute M. Primeau. « L'épaisseur du document à relier détermine la grosseur et l'espacement des perforations. »

L'offre machine

Les imprimeurs qui fabriquent des pièces imprimées détachables en fort volume utilisent des presses rotatives à plusieurs unités munies d'un groupe de perforation détachable à la sortie. Mais en général, dans les ateliers où l'on fait de la perforation, le parc machine comprend des plieuses de marque MBO, Stahl/Heidelberg, HORIZON ou Herzog Heymann équipées de groupe de rainage, de perforation et de coupe. La société britannique Technifold propose son MultiTool pour la refente, la coupe et la perforation à installer entre autres sur ces plieuses et sur certaines autres chaînes de reliure (HORIZON, Heidelberg, Muller Martini, Hohner, Sheridan et Osako).

Du côté de l'impression numérique, l'offre est de plus en plus présente. Par exemple, la société belge Ricoh propose pour sa série de photocopieurs numériques Aficio l'unité de perforation GBC StreamPunch III, qui perforе et prépare des documents pour la reliure sur simple pression d'un bouton. Le système de publication DocuTech 6180 ou les presses iGen3, de Xerox, utilisent aussi, en partenariat, des périphériques de Ricoh, comme l'unité GBC Fusion Punch II et le perforelieur hors-ligne GBC DigiCoil pour la reliure spirale. ■■

Hélène Simard

suite de la page 38

Un débat criant d'actualité

mort du papier tel qu'on le connaît, mais bien d'anticiper les conséquences auxquelles l'imprimé sera inévitablement confronté.

À ce sujet, M. Mangin a présenté un exposé sur l'évolution du papier. Le papier serait ainsi appelé à évoluer au cours des prochaines années s'il veut arriver à combler un besoin d'instantanéité et une demande exponentielle à laquelle il ne peut répondre actuellement. « Le papier tel qu'on le connait aujourd'hui pose plusieurs contraintes, il est difficilement réutilisable et il ne peut être créé rapidement », soutient-il.

Selon M. Le Ray, l'avenir du livre électronique est bien d'actualité puisque des produits électroniques ont réellement commencé à apparaître sur le marché. « Nous sommes en train d'assister à une période cruciale de transition vers un support instantané, facilement renouvelable et beaucoup plus stable. L'avènement du papier électronique marque une rupture avec le monde de l'imprimerie traditionnelle », fait-il observer.

Force est de constater que le phénomène du livre électronique suscite une grande curiosité, une soif de savoir qui donne lieu à une réflexion intéressante sur l'avenir du papier. Plusieurs personnes qui ont assisté au débat se sont interrogées sur cette technologie : des éditeurs, des membres de la presse et même des enseignants avides de savoir de quelle façon elle pourrait s'appliquer à leur domaine.

C'est dans une optique de mise en marché du papier électronique que s'orienteront les recherches futures. Quel impact aura-t-il sur l'industrie du papier, de l'édition et de la presse ? Quel rôle tiendra le livre électronique dans le milieu de l'éducation ? Des expériences pratiques auprès des éditeurs et autres intervenants de l'industrie devraient révéler la viabilité économique du papier électronique. Ces trois pôles conserveront le débat ouvert dans un avenir prévisible. ■■

Mylène Augustin

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Le **cadenassage** en **imprimerie**

La mise en place d'un programme de cadenassage est indispensable pour assurer la sécurité des travailleurs lorsqu'ils doivent intervenir en zones dangereuses.

Pour l'ensemble des secteurs d'activités, la Commission de la santé et de la sécurité du travail (CSST) recense annuellement au-delà de 5 000 accidents dont six décès qui sont reliés à des opérations de réglage, de déblocage, de maintenance ou de réparation de machines mal ou non cadenassées. La campagne de sensibilisation sur le cadenassage menée par la CSST rappelle l'importance de pratiques sécuritaires quant à l'utilisation d'une machine.

Un cas malheureux

Le dirigeant d'une petite entreprise montréalaise spécialisée en prépresse est décédé par électrocution après avoir tenté de réparer un système d'exposition de plaques. Le courant émis par la lampe de 110 V lui a traversé la poitrine. Que s'est-il passé ? Le coupe-circuit qui aurait dû désactiver la lampe lorsque la vitre a été retirée était manquant. Il est pourtant possible de prévenir ce genre d'accident.

En effet, le cadenassage vise à prémunir les travailleurs contre les blessures causées par le dégagement intempestif d'énergie dangereuse (ex. mouvement, alimentation, démarrage, énergie accumulée) lorsqu'ils doivent accéder aux zones dangereuses d'un équipement. Dans le secteur de l'imprimerie, les principales sources d'énergie susceptibles d'engendrer des situations dangereuses pour les travailleurs sont : l'électricité, l'air comprimé, ainsi que l'énergie thermique créée par le gaz naturel ou propane.

L'implantation d'un programme de cadenassage

L'expérience vécue en imprimerie nous permet de proposer une démarche en six étapes.

1. Démontrer l'engagement de la direction en dédiant les ressources humaines et matérielles nécessaires à la mise en œuvre du programme et en adoptant une politique en matière de cadenassage
2. Se préparer en définissant le responsable du programme, les membres de l'équipe, son mandat et le calendrier de réalisation pour l'implantation d'un programme de cadenassage
3. Repérer et identifier les sources d'énergie de chaque équipement en identifiant, lors de l'inventaire des équipements, la nécessité d'intégrer des dispositifs d'isolement, en répertoriant toutes les situations considérant les activités réalisées sur la machine, en indiquant les sources d'énergie impliquées et les points d'interruption et en codifiant tous les points de coupure ou d'isolement des sources d'énergie
4. Élaborer la documentation en formalisant les façons de faire à l'aide de procédures formelles, en faisant tester et approuver les instructions par les personnes concernées, en mettant en place un système pour coordonner les méthodes de cadenassage
5. Acquérir et organiser le matériel de cadenassage en se procurant des cadenas, des étiquettes et des dispositifs de cadenassage
6. Mettre en œuvre le programme de cadenassage en élaborant un plan de communication pour s'assurer notamment que les personnes concernées connaissent la procédure de cadenassage et en évaluant le programme de cadenassage pour en corriger le tir au besoin.

En matière de cadenassage, l'Association paritaire de santé et de sécurité du travail, secteur imprimerie et activités connexes, connue sous le nom de ASP imprimerie, offre aux entreprises de son secteur un accompagnement sur mesure pour réaliser les différentes étapes de mise en place d'un programme de cadenassage en mettant à leur disposition une série de neuf outils sur son site web : www.aspimprimerie.qc.ca sous la section Prévention@distance / Cadenassage.

Denise Laganière

L'entreprise qui dispose d'une méthode de cadenassage sécuritaire connue permettant d'intervenir sur chaque équipement comportant des énergies dangereuses fait preuve de diligence en prévention.

Association paritaire de **santé** et de **sécurité** du travail, secteur **imprimerie** et activités connexes

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Voyage dans le temps

Lumières sur la naissance de l'imprimerie et de la liberté d'expression à Montréal

Difficile d'imaginer ce qu'était l'imprimerie à ses débuts à Montréal en 1776, alors qu'aujourd'hui les imprimeurs disposent d'une gamme de presses aux possibilités pratiquement illimitées et que chacun de nous, au bureau, à domicile, peut se transformer en « imprimeur » grâce à la panoplie de logiciels et d'imprimantes abordables.

L'ouvrage collectif *1776 : Naissance de l'imprimerie et de la liberté d'expression à Montréal*, publié dans le cadre de l'évé-nement Montréal d'idées et d'impression, organisé par le Petit Musée de l'impression, dépeint la difficile naissance de la presse écrite et de la liberté d'expression dans la métropole. Sous la direction de l'historien et typographe Jacques G. Ruelland, cet ouvrage se compose d'allocutions prononcées par des experts à l'occasion d'un colloque tenu le 14 mai 2008 au Centre d'histoire de Montréal (CHM), ainsi que de textes publiés ailleurs par ces spécialistes. Tant les auteurs Jean-Pierre Boyer, Jean-Paul de Lagrave, Jacques G. Ruelland, que le préfacier Jean-François Leclerc, directeur du CHM, et Michel Desjardins, président du Petit Musée de l'Impression, croient à l'importance de préserver le patrimoine québécois et, en particulier, celui de l'imprimerie.

Au début du XVIIIe siècle, tant en France, en Angleterre, qu'en Europe en général, de nouvelles idées commencent à circuler. L'émancipation individuelle et collective, la liberté d'action et de pensée, ainsi que l'éducation du public constituent les valeurs primordiales de cette période désignée « Siècle des Lumières ». Ce courant de pensée, porté par des intellectuels tels que Voltaire, Rousseau, Diderot, Montesquieu, alimente les grandes révolutions modernes en Angleterre, aux États-Unis et en France.

Sous l'influence des idées chères aux philosophes des Lumières, l'idéal révolutionnaire fait son chemin. Benjamin Franklin, prospère imprimeur de Philadelphie, fait figure de proue dans la lutte pour l'émancipation des colonies britanniques d'Amérique du Nord. Imprimeur, éditeur, inventeur, scientifique, diplomate et philanthrope, il s'adresse à l'imprimeur français Fleury Mesplet, récemment installé à Philadelphie et devenu imprimeur officiel francophone du nouveau Congrès américain, pour publier, en 1774, la « Lettre adressée aux habitants de la province de Québec ».

M. Ruelland nous apprend que c'est dans ce climat politique en ébullition, sur fond de conquête et de révolution française et américaine, que Fleury Mesplet, qui voyage avec son matériel d'imprimerie, accompagne à Montréal en avril 1776 Benjamin Franklin dans sa lutte pour libérer Montréal et le Québec.

À son arrivée fin avril 1776, la délégation est notamment accueillie par deux sympathisants, Justin Jautard et Pierre du Calvet, qui deviendront les fidèles compagnons de lutte de Mesplet. Et le mot lutte est fort approprié, le trio ayant goûté à la médecine carcérale. MM. Boyer, de Lagrave et Ruelland décrivent les démêlés politiques et religieux de Mesplet, qui réussira tout de même à lancer la Gazette du commerce et littéraire le 3 juin 1778.

En dépit de modestes moyens et grâce à l'imprimerie, Mesplet, Jautard et du Calvet parviennent à influencer le cours de l'histoire. L'imprimerie, comme le mentionne J.G. Ruelland, a transfiguré l'être humain à l'époque de la Renaissance et des Temps modernes comme Internet le fait aujourd'hui.

Malgré la redondance de certaines informations inhérentes au fait que ce livre est un recueil de textes, les auteurs, par leur passion, donnent non seulement le goût de découvrir ou de redécouvrir l'histoire et de célébrer l'indépendance d'esprit et la foi en la Raison, des valeurs chères aux pionniers de l'imprimerie à Montréal en 1776, mais de pousser plus loin nos propres recherches.

Nycole Messier

1776 Naissance de l'imprimerie et de la liberté d'expression à Montréal.
Ouvrage collectif sous la direction de Jacques G. Ruelland, avec la collaboration du CHM.
Petit Musée de l'impression.
Montréal, 2008.

www3.sympatico.ca/desmmbel/pages/partenaires.html

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Partenaire de l'industrie, pour une **relève** qualifiée

Depuis sa fondation, le Collège Ahuntsic a toujours entretenu des liens étroits avec l'industrie des communications graphiques.

Éric Brochu
Coordonnateur général
Finissant 2002

Jean-Philippe André
1er pressier
Finissant 2007

Simon Beauchamp
2e pressier
Finissant 2008

L'obtention d'un diplôme en communications graphiques devrait être un passeport donnant accès aux carrières en communications graphiques.

Le Collège Ahuntsic est un fidèle partenaire de l'industrie graphique. De tout temps, l'équipe des enseignants du Département de techniques de l'impression a toujours participé activement à la scène graphique et continue de s'engager au sein de divers comités ou événements du milieu, dont : CSMO CGQ, salons et expositions, conférences drupa ICGQ et élaboration des programmes de formation.

Le défi du recrutement

Tout comme l'industrie des communications graphiques, le programme de Techniques de l'impression du Collège Ahuntsic éprouve malheureusement des difficultés de recrutement. Pour inciter davantage de jeunes à poursuivre une carrière dans les métiers de l'impression et aider le Collège à préparer une relève qualifiée et abondante, la formation collégiale et les diplômes doivent être reconnus par l'industrie au moment de l'embauche de nouveaux employés.

L'obtention d'un tel diplôme devrait être un passeport donnant accès aux carrières en communications graphiques. En accordant aux candidats diplômés des postes à la hauteur de leur formation et de leurs compétences, l'industrie sanctionnerait les études collégiales et favoriserait la relève. Pour preuve, voici quelques finissants qui, au cours des dix dernières années, se sont forgé une place enviable au sein de l'industrie.

Des compétences techniques de pointe

Seul établissement collégial au Québec à offrir toutes les formations de la chaîne graphique, le Collège Ahuntsic est également le seul à offrir la formation en Techniques de l'impression. Les cours de ce programme mènent à l'obtention du diplôme collégial (DEC) en Techniques de l'impression. Outre la formation générale obligatoire pour l'obtention du DEC, les étudiants qui y sont inscrits acquièrent des compétences techniques dans les domaines de l'impression sur presse feuilles et rotatives, du contrôle de la qualité, de l'estimation et de la planification, de la connaissance des encres, des papiers, de la finition et autres.

Les professionnels de l'industrie connaissent l'existence de notre programme, mais peu d'entre eux connaissent le contenu du programme. Dans nos prochaines interventions en association avec l'ICGQ, nous tenterons de démontrer l'arrimage entre la formation offerte au Collège Ahuntsic et les besoins de l'industrie. Nous avons un programme d'études de haut calibre, et tant nos étudiants que nos enseignants se distinguent en réalisant des projets et des activités qui font honneur à l'industrie. Nous avons envie de partager cela avec les lecteurs de Qi – Québec imprimerie !

Benoît Tougas
Enseignant en Techniques de l'impression

COLLÈGE AHUNTSIC

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Sacs oxobiodégradables : la **fausse promesse ?**

Les sacs oxobiodégradables inondent le Québec. Plusieurs compagnies les ont déjà adoptés et en on fait l'argument principal de leur « tournant vert ».

De plus en plus de voix s'élèvent pour souligner les problèmes que suscitent les sacs oxobiodégradables et mettre en doute leur véritable valeur ajoutée environnementale. Les oxobiodégradables ou polyoléfines additivés sont des plastiques contenant un agent oxydant (du dithiocarbamate de fer, du nickel, du manganèse ou du stéarate de nickel) pour favoriser la dégradation.

Le National Advertising Division (NAD), organisme chargé d'évaluer la véracité de la publicité aux États-Unis, vient de recommander à un producteur de sacs oxobiodégradables de modifier ou de cesser de diffuser certaines fausses affirmations concernant leurs produits (*p. ex. : 100% oxobiodegradable, Eco-Friendly Plastic Newspaper Bags, Our bags are completely recyclable*).

Récemment, le *New York Times* a renoncé à l'utilisation des sacs oxobiodégradables pour la distribution de ses journaux, optant pour l'utilisation de sacs contenant un haut pourcentage de matières recyclées.

Le débat sur la recyclabilité des sacs oxobiodégradables gagne également les centres de tri du Québec. On apprend en effet que ces derniers ne sont pas recyclables et qu'ils contaminent la chaîne de recyclage. Des appels ont même été lancés aux citoyens pour qu'ils jettent ces sacs dans les bacs à déchets voués à l'enfouissement.

En outre, certains points techniques demeurent obscurs. En effet, les additifs utilisés pour assurer la biodégradabilité des plastiques oxobiodégradables demeurent des secrets de fabrication. Ils sont peu biodégradables, mais plutôt « oxodégradables ». Cela signifie qu'on obtient une réduction du poids moléculaire avec fragmentation du matériau. Les premiers additifs utilisés contenaient des métaux lourds. Si ces derniers ont été abandonnés, les dithiocarbamates, privilégiés aujourd'hui, sont aussi toxiques. Actuellement, ces produits ne répondent donc ni aux normes ni aux logos sur la biodégradabilité des matériaux.

Actuellement, la réglementation en la matière est largement incomplète, voire très laxiste. L'industrie du plastique a certes tenté d'améliorer la situation en créant une certification spéciale pour les sacs recyclables, afin de faciliter la prise de décision des consommateurs lorsque vient le temps de recycler un sac. Cependant, cette initiative s'avère insuffisante, il incombe au gouvernement québécois de statuer sur le cas de ces nouveaux sacs « verts » et de créer le cadre réglementaire adéquat. En attendant, les consommateurs nagent en pleine confusion, ne sachant pas comment se débarrasser de ces sacs; faut-il les mettre dans le bac de recyclage, les destiner au compostage ou les envoyer dans les sites d'enfouissement ?

Finalement, il conviendrait de se demander si les plastiques oxobiodégradables sont plus un argument de marketing vert qu'une réelle occasion environnementale. Il apparaît que la réduction à la source, la réutilisation et le recyclage restent pour le moment les meilleures options possibles pour la gestion des matières résiduelles au Québec. Pour cela, il importe que les fabricants optent pour des matériaux de conditionnement qui constituent les meilleurs choix en matière de durabilité et de performance technique.

L'ICGQ propose désormais à ses clients de les assister dans le choix de matériaux de conditionnement pour leurs produits, en vue d'optimiser la durabilité et la performance technique des produits. En effet, l'équipe technique de l'ICGQ compte désormais un nouveau membre, spécialisé en imprimés intelligents et écologiques !

Islem A. Yezza, Ph.D.
Chargé de projets, Imprimés intelligents et écologiques
Institut des communications graphiques du Québec. iyezza@icgq.qc.ca

Les impacts des produits de dégradation restent méconnus à long terme, même s'ils deviennent invisibles à l'œil nu.

INSTITUT
DES COMMUNICATIONS
GRAPHIQUES DU QUÉBEC

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

calendrier

février ▪ mars ▪ avril 2009

Séminaires de l'ICGQ

Création de sites Web
avec Dreamweaver CS3 — 9, 11, 16, 18, 23, 25 février
Chaîne graphique — 4, 11, 18, 25 mars, 1, 8 avril
Mise en page avec InDesign CS4 — 5, 12, 19 mars
Nouveautés de la Suite Créative CS4 — 6 mars
Photo numérique : éclairage de base — 9, 16, 23, 30 mars
Création d'animations et de site Web
dans Flash CS3 — 13, 14, 20, 21, 27, 28 mars
Le client, le cœur de l'équipe — 16, 23 mars
Création publicitaire — 19, 26 mars, 2, 9, 16 avril
Bases techniques en flexographie — 20, 27 mars
Optimisation du temps et gestion des priorités — 24 mars
Ajoutez du dynamisme dans vos pages
Web avec DHTML et JavaScript — 25 mars, 1, 8 avril
Les nouveautés dans QuarkXPress 8 — 31 mars
Création de bandeaux publicitaires — 2, 3 avril
Introduction à la couleur et
à la spectrophotométrie — 3, 10 avril
Résolution de problèmes pour impression offset — 4 avril
Travail d'équipe : se connaître,
échanger et performer ensemble — 6, 13 avril
Adobe Photoshop CS4 , Photomontage
créatif et nouveautés — 7, 14, 21 avril
PDF sans problème — 9, 10 avril
Chaîne graphique — 15, 22, 29 avril, 6, 13, 20 mai
Gestion et direction artistique — 21, 28 avril, 5, 12 mai
Présentations performantes :
le secret des orateurs — 23, 30 avril
Adobe Illustrator CS4 :
Nouveautés et perfectionnement — 30 avril, 7 mai

Formations multientreprises offertes par l'ASP imprimerie

Conduite préventive du chariot élévateur et du transpalette électrique
26 février - 8 h 30 à 12 h
Utilisation sécuritaire des plateformes élévatrices
26 février - 13 h 30 à 15 h 30
Prévention des troubles musculosquelettiques en imprimerie
18 mars - 9 h à 11 h 30
Enquête et analyse des accidents
18 mars - 13 h à 16 h 30
Réception et expédition des marchandises dangereuses
26 mars - 13 h 30 à 15 h 30

Les formations sont données dans les locaux de l'ASP imprimerie : 7450, boulevard des Galeries-d'Anjou à Anjou, bureau 450
Inscrivez-vous maintenant : 514 355-8282 ou www.aspimprimerie.qc.ca sous la rubrique Formation

Salons et conférences à surveiller

Brand Protection Conference
Conférence sur l'anticontrefaçon d'imprimés de tous genres. Miami Beach, Floride, 26 - 28 février 2009
www.bpc-security.com or www.GOA2009.com

Sustainability in Packaging
Troisième conférence annuelle IntertechPira sur le développement durable dans le secteur de l'emballage
Orlando (Fl), 2 - 4 mars 2009
www.sustainability-in-packaging.com

Conférence PHP Québec 2009
7e édition de la Conférence PHP Québec.
Les experts de PHP présenteront des solutions réelles aux développeurs et chefs de projets
Montréal, 4 mars 2009
http://conf.phpquebec.org

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

calendrier

février ▪ mars ▪ avril 2009

Cours offerts au Collège Ahuntsic

Attestation d'Études Collégiales (AEC)
en Techniques de l'impression

Début : 2 février

Inscriptions et informations :
http://www.collegeahuntsic.qc.ca/formacontinue/atous.html

Contact : Denis Simard
Tél : 514 389-5921, poste 2222

Journée Portes Ouvertes au Collège Ahuntsic

Le jeudi 29 janvier 2009 de 16 h à 20 h

La semaine de l'imprimerie

Du 20 au 25 avril
Entre autres activités :
Gala Gutenberg 21 avril
Exposition des pièces lauréates de Prix Gutenberg à l'ICGQ, du mercredi au vendredi (23 - 25 avril), ouverture au public
Conférence organisée par l'AAGM et accueillant Daniel Dejan, spécialiste Impression et création, Sappi, inscription gratuite
Autres événements : consultez le site web de Qi
www.qi-quebecimprimerie.com

Annoncez vos

activités, événements, journées portes ouvertes, séminaires, conférenes ou présentations des prochains mois dans nos pages.

Envoyez tous les détails à :
info@qi-quebecimprimerie.com

Interop du CIP4 à Montréal (ICGQ)

Du 29 mars au 4 avril

Tutorial public (sous inscription) sur le JDF

Le dimanche **29 mars**, Introduction au JDF : quels sont les avantages d'une implantation pour chacun des maillons de la chaîne graphique. Le développement futur de systèmes JDF sera également abordé.

Le reste de la semaine portera sur l'étude et l'échange de projets reliés au JDF. La salle de conférence de l'Institut deviendra un immense laboratoire informatique où les intervenants (environ 80 personnes) pourront échanger, tester et commenter les différents produits. Pour plus d'informations, veuillez consulter le site du CIP4 : www.cip4.org.

Le Conseil sectoriel de l'imprimerie du Canada (CSIC)

a procédé à une réimpression des normes de compétences du CSIC.

Ayant fait l'objet d'une forte demande de la part des employeurs et éducateurs, ces normes font état des compétences de base requises pour les employés du secteur de l'imprimerie.

Pour accéder aux normes déjà parues, consultez le site web du CSIC :

http://www.cpisc-csic.ca/fra/standards-skills.html.

Erratum

Dans l'article « *Le brave monde* » de l'imprimerie du dernier numéro, une erreur s'est malheureusement glissée dans le premier paragraphe. L'offset n'a pas été inventé en 1950, mais il est devenu le procédé d'impression le plus important dans les années 1950, bien qu'il eut été inventé par Alois Senefelder en 1798.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Parce que vous devez être bien renseignés pour prendre des décisions éclairées, assurez-vous de recevoir

Qi – Québec imprimerie

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

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

Assurez-vous de **continuer** de recevoir gratuitement votre magazine **Qi** en vous abonnant immédiatement.

Attention : vous devez vous abonner, même si le magazine est gratuit.

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

Mme _____ Mlle _____ M. _____
Prénom _____ Nom _____
Société _____ Titre _____ Service _____
Adresse _____ Ville _____ Code postal _____
Tél. _____ Courriel _____
Site web _____

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

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Liste des entreprises citées dans ce numéro

Merci à nos annonceurs

AAGM 39
CSMO 35
Fujifilm 31
Heidelberg C2
ICGQ 4, 29
Papier Coast C4

A
Adobe 6, 7, 9
Agfa 12, 20, 23
Atlantic Zeiser 13, 15, 16

B
Bielomatik 41
Blanc Canvas 13

C
Canon 13, 14, 23
Chimigraf 14
CPI 18, 19

D
Domino 13, 15
Durst 13, 17

E
Edicible 40, 41
EFI 12, 13, 15, 21, 22
Encres Ultra 24, 25
Epson 12, 13, 14, 23, 37
EskoArtwork 15

F
FFEI 13
FileMaker 38
Fleur de Lysée 34
Fujifilm 12, 13, 14, 23

G
Gandinnovations 16
GBC 41
G-Mat 13
Goss 22
Groupe d'imagerie Champion 17

H
Heidelberg 20, 21, 22, 41
Herzog Heymann 41
Hexion 14
Hohner 41
Horizon 41
HP 12, 13, 17, 18, 19, 32, 33

I
Imagerie DB 33
Impika 13, 14, 16
Imprimerie Compuset 21
Imprimerie Sisca Internationale 31
Inca Digital 13, 14
Inkski 13, 14, 17
ixPressia 13, 14

J
Jettable 13

K
KBA 22
KeraMagic 14
Kodak 13, 17
Komori 22
Konica Minolta 13

L
L'Oréal 16

M
MBO 41
MD International 22
Mimaki 16
Müller Martini 23, 41
Mutoh 12

N
Nexun media 30, 31

O
Océ 12, 13
Osako 41

P
Panasonic 14
Pazazz 40, 41, 48
Polygon 13
Pratti 23
Presstek 23
Proctor Gamble 16
Punch Graphics 22

Q
Quadriscan 33
Quark 6, 7, 8, 9
Quebecor 26

R
Rampage 37
Reliure Alternative 41
Reliure Sélecte 40
Reproart Imaging 33
Ricoh 23, 41
Roland 12

S
Scientific Games 36
Screen 13
Sheridan 41
Staedtler 13
Sunjet 14

T
Technifold 41
Tac Tic Solutions 38
Timsons 18, 19
Tonejet 12, 13, 15
Toyo 14
Transcontinental 16, 36, 37
Triangle 14

V
VIPColor Technologies 16

X
Xaar 13, 14, 15, 16, 17
Xanté 23
Xeikon 22
Xennia 13
Xerox 13, 20, 21, 22, 37, 41
X-Rite 23, 37

Vous avez déménagé ?
Ou modifié votre courriel ?

Assurez-vous que vos coordonnées sont complètes et exactes.

- Modifiez-les directement à partir de : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

- Votre **courriel** est **essentiel** pour recevoir les brèves hebdomadaires de **Qi -** Québec imprimerie

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 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Les systèmes d'épreuve à jet d'encre, une question pigmentée…

Il est essentiel que le rendu avant impression soit le plus proche possible de l'effet final obtenu sur presse afin d'éviter de décevoir le client et d'augmenter ses frais.

Une différence entre le rendu de l'épreuve et celui de l'imprimé final risque d'entraîner une reprise du travail ou de longues discussions avec le client.

Les systèmes d'épreuves sont des imprimantes qui servent à tirer des épreuves à remettre aux clients afin de leur donner une idée du produit final une fois imprimé. Le client est alors à même de vérifier si l'effet final est bel et bien celui recherché et, si tel est le cas, d'approuver l'épreuve avant le tirage sur presse. En imprimerie, les bons systèmes d'épreuves coûtent cher. L'un des moins chers et des plus populaires est l'imprimante à jet d'encre. Elles ne sont pas toutes égales cependant. Elles utilisent différents types d'encre.

Les colorants et les pigments

L'encre la plus couramment utilisée est l'encre à base de solvant comprenant un colorant, c'est-à-dire une substance colorée dissoute dans le solvant. Cette encre est très liquide. Si une épreuve est réalisée sur un support absorbant, comme une feuille de papier non couché, l'encre pénétrera dans la feuille, rendant l'image visible au verso de la feuille. Pour tirer des épreuves avec une encre à base de colorant, il faut donc utiliser des supports spécialement couchés pour le jet d'encre.

L'encre utilisée sur presse à feuilles est constituée de grosses particules de pigments solides enrobés de résine. Les pigments ne sont donc pas dissouts dans l'encre et les particules d'encre demeurent à la surface après l'impression. Le support absorbant peu l'encre, le rendu de l'impression offset différera de celui du jet d'encre.

Afin de rapprocher les rendus de l'épreuve d'une imprimante à jet d'encre de celui de l'impression offset, les fabricants d'encre offrent maintenant des encres pigmentées spécialement conçues pour le jet d'encre. Cette solution a ses avantages et ses inconvénients.

Une encre pigmentée se rapproche plus de l'effet obtenu sur presse offset. Néanmoins, les têtes des imprimantes à jet d'encre ne laisseront pas nécessairement passer de grosses particules de pigment. Elles pourront donc avoir tendance à boucher plus facilement.

Contrairement aux encres à base de colorant qui vont disparaître rapidement, les encres pigmentées se caractérisent par leur longévité. En plus d'avoir une plus grande durée de vie, les encres à base de pigments résistent mieux à la lumière et au passage du temps que les encres à base de colorant dissout.

Le type d'épreuve

L'épreuve imprimée doit également tenir compte du procédé d'impression et du type de support. Un papier offset non couché ne donnera pas le même rendu si on utilise une encre à base de colorant ou une encre à base de pigment avec la technologie jet d'encre. Il est conseillé d'utiliser une encre à base de pigment, car elle sera plus proche du résultat final sur presse.

Le choix de l'encre en impression jet d'encre dépend également du type d'épreuve requis. Pour une validation visuelle du graphisme et de placement des éléments, sans approbation des teintes réelles qui seront imprimées, une encre à base de colorant peut remplir la tâche. Par contre, pour une approbation des couleurs du tirage préalable à l'impression, une encre pigmentée est conseillée.

Karine Lapointe

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Votre entreprise du secteur graphique est déjà engagée dans une démarche de **développement durable ?**

Faites-le nous savoir en nous a dressant un courriel à :

info@qi-quecbecimprimerie.com

Concours

PRIX ÉCORESPONSABILITÉ DE L'INDUSTRIE GRAPHIQUE

Prix récompensant les initiatives de l'industrie graphique en matière de développement durable

L'industrie graphique est déjà bien engagée dans une démarche de développement durable. Papetières, fabricants, imprimeurs, reprographes et ateliers de prépresse et de finition font des progrès notables. Le magazine Qi souhaite reconnaître leurs efforts.

En collaboration avec ses partenaires, Qi met en place des mécanismes d'évaluation afin de récompenser, une fois par année, des entreprises dont les efforts sont dignes de mention.

Ces efforts peuvent être notamment des initiatives, investissements temps et argent, ainsi que des projets environnementaux, d'engagement dans la communauté, d'amélioration des conditions de travail et de la qualité de vie de leur personnel mis en place au sein des entreprises de l'industrie graphique.

L'automne prochain, des prix seront décernés parmi les différentes catégories d'entreprises de l'industrie graphique, dont l'engagement écoresponsable est mobilisateur.

Le concours PRIX ÉCORESPONSABILITÉ DE L'INDUSTRIE GRAPHIQUE est réalisé en partenariat avec :

Les Artisans des arts graphiques de Montréal

Centre intégré en pâtes et papiers

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

INSTITUT DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES DU QUÉBEC

Québec

Avec la participation de :
- Ministère du Développement durable, de l'Environnement et des Parcs
- RECYC-QUÉBEC

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Notre VERT vous est offert en plusieurs couleurs, textures et teintes.

Papier Coast vous offre une vaste gamme de produits écologiques pour tous les choix que vous faites dans le respect de l'environnement. Vous pouvez compter sur nous pour vous proposer des solutions pertinentes pour chacun de vos besoins et de vos occasions d'affaires, y compris en fait de fournitures et de matériel d'art graphique ainsi que de produits industriels.

Papier Coast
Une division de Paperlinx Canada Limité

Engagée à simplifier tous vos choix de papiers

www.coastpaper.com

T.: **514 856 2255** ou **1 800 361 6866**
1600, 32e avenue Lachine QC H8T 3R1
Courriel: commandes@coastpaper.com

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 14** – février-mars 2009 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**