Numéro 13
décembre 2008
5,95 $

Québec Imprimerie

Le magazine des professionnels de la chaîne graphique

La sécurisation des données sur le web

Le JDF s'impose à la finition

Vision de Pazazz

Les normes

Santé et sécurité au travail

Le marketing qui colle à la page

Le premier Forum de l'impression numérique de Montréal

La flexographie

Une stratégie de créneau et valeur ajoutée

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **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 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

éditorial
Plus d'éclat, moins de frais **5**

image
Les normes, les balises de l'industrie **6**

La flexographie 10
Une stratégie de créneau et valeur ajoutée

intégration
La sécurité des données web **18**

impression postpresse
Le marketing qui colle à la page **20**

intégration postpresse
Le JDF s'impose en finition **24**

imprimerie et prévention
Santé et sécurité au travail : une conscience collective **30**

intervention
Un regard positif et éclairé selon Pazazz **34**

initiatives
La reconnaissance professionnelle **37**
PrintCity a 10 ans **38**
Visite historique – Le Petit Musée de l'impression **39**

industrie
Le Forum de l'impression numérique de Montréal, une première couronnée de succès ! **40**
Total Print – Un salon qui a mis l'accent sur la finition et les services **43**

innovations
Nouveau concept d'emballage papier – Burhs 4000 DPW **45**

impression livres
Le « brave monde » de l'industrie graphique **46**

ingéniosité
La sécurité et la contrefaçon **50**

Concours Page couverture Qi **29**
Concours Écoresponsabilité Qi **C3**

Artisans des arts graphiques de Montréal 28
Association paritaire de santé et de sécurité du travail 33
Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec 36
Institut des communications graphiques du Québec 23

Calendrier 47

sommaire

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Québec Imprimerie

La différence Qi, un contenu riche

L'intégration est le nouveau moteur de l'imprimerie. Le but de l'intégration étant de raccourcir au maximum les intervalles entre les différentes étapes de production d'un imprimé, l'efficacité doit primer. Cette efficacité doit être atteinte sans erreur, sans perte et le plus économiquement possible. C'est dans ce sens que Qi, par son programme rédactionnel, offre aux professionnels de la chaîne graphique une information actuelle, fouillée, leur permettant d'accroître qualité et productivité.

2 ans !

« Je tiens à remercier Qi pour l'article paru dans la chronique *innovations* du numéro de septembre 2008. Depuis la publication de l'article sur Sytern.com, nous avons reçu plusieurs appels et l'abonnement de quelques clients. Encore une fois merci. »

Martin Dugré, associé
Directeur ventes et commercialisation
Sytern.com
Trois-Rivières (Qc)

www.sytern.com

« Merci. La couverture faite par Qi suite à l'inauguration de notre nouvelle machine de reliure Müller Martini s'est traduite par des réactions très positives, et nous avons reçu six nouveaux comptes clients dans les jours qui ont suivi ! »

Adrien Mathieu
Président
Reliure express
Beauceville

www.reliureexpress.com

www.qi-quebecimprimerie.com

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Plus **d'éclat**, moins de **frais**

Le temps des fêtes arrive à grands pas et, pour certains, le temps des vacances au soleil ou sur les pentes de ski. Encore ces jours-ci, nous recevons des offres de cadeaux, des promotions rabais de dernière minute et même des annonces des grands soldes postcélébration des fêtes. La Floride, Cuba, le Mexique sont autant de destinations de rêve où les promoteurs et annonceurs tentent de nous attirer au moyen de brochures personnalisées ou de dépliants originaux inclus avec nos comptes à payer.

L'embellissement de l'imprimé est poussé à l'extrême afin d'inviter les consommateurs à succomber à l'offre marchande de détente et de plaisir. Les créatifs sont inventifs, les coûts postaux, intempestifs, alors les imprimeurs et façonniers deviennent imaginatifs.

Le transpromo est une activité d'impression qui met en valeur des conceptions graphiques parfois vertigineuses dans des réalisations imprimées, qui exploitent les dernières technologies afin de répondre aux impératifs économiques et commerciaux.

Ainsi sont nées de nouvelles technologies en phase avec les tendances marketing permettant aux imprimeurs de répondre aux demandes d'efficacité de vente tout en tentant de réduire les frais de poste. À ce propos, Infotrends[1] publiait des statistiques en février 2008 commentant l'explosion prévue du marché transpromo, qui sera stimulé par la hausse des frais postaux.

La promotion transactionnelle est un moyen efficace pour lutter contre ces coûts puisqu'elle permet d'exploiter le potentiel de documents qui, de toute manière, doivent être postés. Alors pourquoi ne pas joindre un message, une image, un coupon ou un échantillon pour attirer l'attention du destinataire ? Infotrends indique que, par rapport à 2006 où l'on a produit 1,62 milliard d'images en Amérique du Nord, on prévoit un taux de croissance annuel composé de 91 % des envois transpromo, soit 21,72 milliards d'images d'ici 2010.

La combinaison des procédés réussit particulièrement bien dans ce secteur du marché. Les documents transactionnels tels que factures, relevés, billets d'avion, rappels bancaires ou abonnements sont enrichis d'informations promotionnelles. Les solutions d'impression traditionnelles ou numériques, les procédés de finition, les nouvelles techniques de façonnage et les nouveaux supports secondent les fabricants d'imprimés. Les services de logistique et d'envoi postal font désormais partie de la chaîne graphique. En outre, l'intégration logicielle et matérielle, incluant les bases de données et les nouveaux formats en vue d'une utilisation crossmédia, participe à la personnalisation et au ciblage marketing.

L'automne a été fertile en événements axés sur l'efficacité et la rentabilité de l'impression transpromo, l'impression de livres à la demande ou l'impression à valeur ajoutée. À l'heure où les entreprises investissent dans de nouvelles initiatives, les professionnels de la chaîne graphique demeurent en quête de nouveaux outils pour répondre aux exigences accrues du marché dans un contexte économique précaire. Dans ce numéro, Qi vous donne un aperçu de la vigueur et de la ténacité de l'industrie.

Vigueur et ténacité pourraient également qualifier l'équipe derrière le magazine Qi, qui vient de passer le cap des deux ans. Nous en profitons pour remercier nos partenaires, nos annonceurs et nos lecteurs pour leurs encouragements et leur soutien. Pour souligner cette fête et le temps des fêtes, nous vous offrons les photos de chacun des chroniqueurs des quatre organismes de l'industrie qui appuient le magazine depuis ses débuts. Nous reviendrons à plus de sobriété dans les autres numéros, car Qi poursuivra sa politique de mise en vedette des interviewés.

Qi souhaite vous faire briller au royaume de l'impression et vous souhaite de joyeuses fêtes.

France Brodeur

[1] www.infotrends.com/public/Content/INFOSTATS/Articles/2008/02

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
Andrée Champoux
Valérie R. Charbonneau
Christian Gendron
Denise Laganière
Karine Lapointe
Sarah-Maude Lefebvre
Nycole Messier
Hélène Simard

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.
© 2008 Éditions FBcube – Tous droits réservés.

Dépot légal – 4e 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 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Les **normes**, les balises de l'industrie

Les normes jouent un rôle important dans l'établissement des technologies et contribuent à leur succès commercial.

La normalisation des matières premières, de même que des systèmes d'automatisation et de communication améliore la qualité des produits et services.

« Le monde a besoin de normes », comme le proclame le slogan de l'Association suisse de normalisation, la SNV[1]. En effet, les normes consolident les nouvelles technologies et mettent en place une infrastructure qui permettra leur diffusion efficace. Elles balisent ou donnent des directives claires d'utilisation des nombreuses innovations techniques et technologiques des dernières années. En outre, elles évitent les problèmes de communication entre les systèmes des différents fournisseurs. Un des avantages non négligeables des normes, quel que soit leur domaine d'application, consiste à créer une valeur économique au domaine normalisé. En effet, dans le domaine de l'imprimerie, par exemple, la normalisation des matières premières, de même que des systèmes d'automatisation et de communication améliore la qualité des produits et services.

La naissance de la normalisation

Les premiers organismes à voir le jour sont nés après la révolution industrielle de la fin du XIXe siècle dans des pays industrialisés comme l'Angleterre et les États-Unis. Ils émanent des secteurs du génie électrique et du génie civil.

La collaboration d'associations professionnelles nationales donne lieu à la création d'organismes internationaux dont, à leurs débuts, l'objectif se limite à influencer les normes nationales existantes. Plusieurs sont à l'origine de normes qui s'imposeront sur le plan international, comme la norme ISO 9001, dont la BSI (British Standards Institution) fut l'instigatrice. Durant les deux guerres mondiales, le besoin de normalisation se fait de plus en plus sentir. Après la Deuxième Grande Guerre, la production massive de biens de consommation entraînera dans son sillage une foule de normes dans ce domaine. À partir des années 1970, avec la croissance du commerce mondial, la priorité n'est plus aux normes nationales, mais aux normes internationales. Aujourd'hui, des stratégies de normalisation se développent partout dans le monde.

L'ISO et les autres

Il existe des organismes de normalisation au plan national, pannational, comme le Comité européen de Normalisation (CEN), et international. L'ISO[2] est le plus grand organisme au monde et produit des normes internationales, appelées normes ISO, dans tous les domaines industriels et commerciaux, sauf l'électricité, l'électronique et les techniques connexes. La normalisation de ces domaines est prise en charge par la Commission électrotechnique internationale (CEI).

L'ISO est une organisation non gouvernementale qui se compose de nos jours d'un réseau d'instituts nationaux de 158 pays, représenté par un membre par pays. Le Canada y est représenté par le CCN (Conseil canadien des normes). L'ANSI (American National Standards Institute) représente les États-Unis et l'AFNOR (Association française de normalisation[3]), la France. La Belgique est représentée par le NBN[4] (Bureau de Normalisation), la Suisse, par la SNV (Association Suisse de Normalisation)[5].

[1] http://www.snv.ch/?fr/home
[2] Il y a trois catégories de membres à l'ISO : 1) le comité membre, l'organisme de normalisation le plus représentif dans son pays; 2) le membre correspondant, lorsqu'il n'existe pas d'organisme représentatif dans le pays; 3) le membre abonné d'un pays à l'économie limitée.
[3] L'AFNOR a été créée en France en 1926
[4] Auparavant l'IBN (Institut belge de normalisation). Depuis 2003, le NBN est organisme dont les travaux de normalisation sont décentralisés.
[5] La SNV a été créée en 1919. En 1958 sont créés le Comité de Normalisation et le Bureau des Normes. En 2005, 160 normes avaient été publiées.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

La Journée mondiale de la normalisation

Le 14 octobre est devenu la Journée mondiale de la normalisation depuis 1970, à l'initiative de l'ISO (Organisation internationale de normalisation). Cette journée commémore la première rencontre, à Londres, de délégués issus de 25 pays différents qui conduisit à la création de l'ISO. C'était en 1946. Selon le Conseil canadien des normes (CCN), cette journée a pour but « de mieux faire connaître l'importance de la normalisation internationale pour l'économie mondiale et le rôle joué par cette dernière pour répondre aux besoins de tous les secteurs d'activité [7].» Elle souligne l'esprit de collaboration de milliers de personnes et la force de la collaboration volontaire. « Les normes sont plus puissantes que les lois : le marché sanctionne celui qui ne les respecte pas[8]. »

Le thème « Bâtiments intelligents et développement durable » qu'ont choisi cette année les membres de la Commission électrotechnique internationale (CEI), de l'Union internationale des télécommunications (UIT / ITU) et de l'ISO pour la Journée mondiale de la normalisation reflète une des préoccupations actuelles et un défi majeur de plusieurs industries, dont celle de l'imprimé. Les normes internationales aident à intégrer les technologies émergentes et vertes dans la construction et l'exploitation de bâtiments intelligents pour un développement durable.

Les 65 délégués issus de 25 pays qui décidèrent de créer l'ISO lors de la conférence des organisations nationales de normalisation, qui s'est déroulée du 14 au 26 octobre 1946 à l'Institut des ingénieurs civils, à Londres. La nouvelle Organisation, ISO, entra officiellement en fonction le 23 février 1947, à Genève (Suisse).

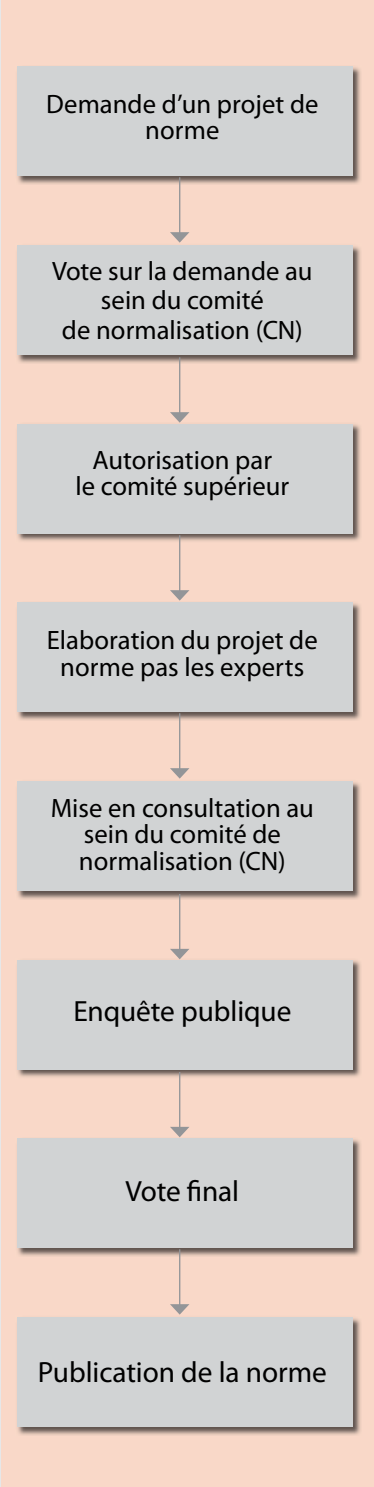
Photo : réinterprétation d'une illustration de RBP Chemical Technology

Le DIN[6] (Deutsches Institut für Normung) agit au nom de l'Allemagne, et la BSI, pour le Royaume-Uni. L'origine du groupe BSI remontant à 1901, avec la fondation du Engineering Standards Committee, cela en fait la première organisation de normalisation du monde à avoir vu le jour.

Chaque année, l'ISO publie près de 1 100 normes. À ce jour, elle en a publié au-delà de 17 000. Elles sont classées selon les domaines d'expertise, par la Classification internationale pour les normes (ICS). Les technologies de l'information sont regroupées sous ICS 35 et les technologies de l'image, sous ICS 37.

Les normes graphiques

Quelque 200 comités techniques (TC) forment l'ISO. Le TC130 est chargé des technologies graphiques, notamment : composition, procédés d'impression, confection des formes, façonnage, caractéristiques d'emploi des encres, supports et autres produits. Le Comité technique de notre industrie se divise en 9 sous-comités et participe à des groupes de travail mixtes. Il a élaboré 62 normes, dont la norme ISO 12647 intitulée *Contrôle des procédés de production de séparation couleurs tramées, d'épreuve et d'impression professionnelle*. Celle-ci décrit les cibles et les tolérances admises pour l'obtention de travaux imprimés de qualité. Elle se divise en plusieurs parties : technologie graphique, contrôle des processus de confection, de séparation des couleurs tramées, d'épreuves et de tirage. Ainsi, ISO 12647-2 concerne l'impression offset, ISO 12647-3,



La genèse d'une norme
Source : http://www.snv.ch/fr

[6] Le DIN fut fondé en 1917 et a son siège à Berlin depuis sa fondation.
[7] www.scc.ca/fr/news_events/events/wsd.shtml.
[8] Schneider, Reto U. Rédaction de la revue suisse allemande NZZ Folio http://www.snv.ch/?fr/membres

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Tableau historique de l'évolution des normes

1884 : American Institute of Electrical Engineers (AIEE). Thomas Edison, pionnier de l'électricité et fondateur de General Electric, et Alexander Graham Bell, inventeur du téléphone, comptent parmi ses premiers dirigeants. Elle élabore des standards qui bénéficient au monde du génie électrique.

1901 : en Angleterre, à l'instigation de Sir John Wolfe-Barry, l'architecte de la Tour de Londres, le conseil des institutions de génie civil crée le Engineering Standards Comittee (ESC) pour standardiser les sections en acier des ponts et chemins de fer.

1906 : British Electrotechnical Committee (BEC).

1906 : suivant la volonté exprimée par 9 pays, dont le Canada, d'établir des normes dans le domaine de l'électrotechnique, l'International Electrotechnical Commission (IEC), la première organisation internationale, est créée et se réunit le 26 juin sous les auspices d'Alexander Siemens. Lord Kelvin, qui a laissé son nom à l'échelle de température absolue ou thermodynamique, en est le président, et Charles Le Maistre, le secrétaire.

1912 : aux États-Unis, l'Institute of Radio Engineers (IRE) est fondé en collaboration avec l'AIEE.

1918 : les départements américains de la Guerre, de la Marine et du Commerce se joignent à l'AIEE et à 4 instituts professionnels : l'American Society of Mechanical Engineers (ASME), l'American Society of Civil Engineers (ASCE), l'American Institute of Mining and Metallurgical Engineers (AIMME) et l'American Society for Testing Materials (ASTM) pour former l'American Engineering Standards Committee (AESC), organisme de coordination du processus de standardisation en matière de conception et de niveau d'acceptabilité des produits et matériels.

1921 : l'AESC approuve la première norme américaine en matière de sécurité portant sur la protection de la tête et des yeux des travailleurs industriels (lire l'article sur la prévention en page 30).

1926 : AFNOR, organisme de normalisation français

1926 : création de l'ISA (International Standards Association), à l'initiative de Charles Le Maistre. Cette fédération internationale d'associations nationales de normalisation d'une quinzaine de pays, majoritairement européens, et active dans les années 1930 cesse ses activités au début de la Deuxième Guerre mondiale.

1928 : l'AESC devient ASA (American Standards Association), développant des normes militaires pour cadrer la production américaine avec l'effort de guerre.

1929 : l'ESC britannique devient BESA (British Engineering Standards Association).

1931 : la BESA devient BSI (British Standards Institution), incorporant les travaux du British Electrotechnical Committee (BEC).

1942 : le gouvernement britannique reconnaît la BSI comme le seul organisme habilité à publier des normes nationales.

1944 : création du Comité de coordination de la normalisation des Nations Unies (UNSCC) à l'initiative des États-Unis, du Royaume-Uni et du Canada pour porter les avantages de la normalisation aux efforts de guerre et travaux de reconstruction.

1946 : la BSI organise une conférence de normalisation du 14 au 26 octobre à Londres. La BSI, l'ASA, l'AFNOR et les instituts de normalisation de 22 pays jettent les bases de l'ISO (Organisation Internationale de Normalisation).

1947 : création officielle, le 23 février, de l'ISO succédant à l'ISA et à l'UNSCC. Les premières Recommandations paraissent vers 1950.

1963 : fusion de l'IRE et de l'AIEE qui devient l'IEEE (Institute of Electrical and Electronics Engineers), aux États-Unis regroupant 150 000 membres.

1964 : fondation des organismes européens de normalisation, CEN et CENELEC (Comité européen de normalisation électrique). Le gouvernement du Canada examine les activités de normalisation au pays.

1966 : l'ASA se réorganise en United States of America Standards Institute (USASI).

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

1969 : l'USASI devient ANSI (American National Standards Institute). Elle normalisera l'ASCII, le SCSI, l'ATA et le langage de programmation C.

1970 : le gouvernement du Canada crée le CCN en vertu de la Loi sur le Conseil canadien des normes.

1971 : les Recommandations de l'ISO deviennent des Normes internationales.

1972 : le Canada siège au conseil de l'ISO.

1974 : rencontre exploratoire d'experts américains sur la possibilité de former un comité qui établirait des spécifications pour le matériel destiné à l'impression sur rotatives offset SWOP : Specifications for Web Offset Publications).

1979 : Accord sur les obstacles techniques au commerce ou Code de la normalisation du GATT.

1984 : publication des spécifications SNAP (Specifications for Newsprint Advertising Production) aux États-Unis.

1986 : publication des spécifications et guides pratiques SWOP pour l'impression sur presses rotatives.

1987 : formation du Committee for Graphic Arts Technologies Standards (CGATS), accrédité par l'ANSI en 1989 comme organisme de centralisation des efforts de normalisation dans le domaine des technologies d'impression, de publication et de conversion.

1993 : spécifications SWOP pour la préparation et le transfert de fichiers dans un flux de production numérique.

1998 : ISO 12639 définit la norme TIFF/IT-P1 proposée par l'ANSI.

2001 : ISO 15930-1 définit PDF/X-1 et PDF/X-1a:2001 (TC 130).

2002 : formation du GWG (Ghent PDF Workgroup).

2005 : fusion de SWOP et IDEAlliance (International Digital Enterprise Alliance), association pour l'avancement des normes et bonnes pratiques dans les entreprises de publication.

2005 : ISO 19005-1:2005 définit le PDF/A-1 (TC 171) pour la conservation à long terme (PDF 1.4) et ISO 15076-1:2005 définit le format de profil en gestion de la couleur.

2008 : ISO 32000-1 établit le PDF comme norme internationale ISO (2 juillet) sous la responsabilité du TC 171.

2008 : ISO/CEI DIS 29500 établit le Office Open XML comme norme internationale ISO/CEI (15 août).

2008 : version 4 des spécifications PDF/X du GWG (21 août), éliminant les restrictions maintenant jugées inutiles et renforçant les exigences ISO PDF/A pour les polices de caractères.

Et ça continue...

l'impression offset journaux, ISO 12647-4, l'héliogravure, ISO 12647-5, la sérigraphie et 12647-6, la flexographie.

Au milieu des années 1980, l'ISO a créé, en association avec la CEI, le Joint Technical Committee One (JTC1). Ce nouveau comité sur les technologies de l'information (ingénierie de logiciels et de systèmes) produit la plus grande partie des normes dans le domaine de l'informatique.

L'importance que revêt la prévisibilité du résultat imprimé dès l'épreuvage a participé à la création de nombreuses normes et recommandations par des organismes crédibles de l'industrie. Les imprimeurs nords-américains ne peuvent plus fonctionner sans adhérer à des normes comme l'étalon SWOP (Specifications for Web Offset Publication) pour l'impression sur presse rotative. Dans le domaine des journaux, l'étalon SNAP (Specifications for NewsPrint Advertising Production) normalise l'impression des annonces publicitaires. En impression offset commerciale, les normes GRACol (General Requirements for Applications in Commercial Offset Lithography) font loi.

Un besoin constant

Le tableau historique précédent illustre le besoin de normalisation au fil des innovations industrielles et commerciales. Les nouveaux outils comme le logiciel de contrôle des conditions d'impression SpotOn! (voir Qi 12, p. 42-43) est l'outil G7 officiel, reconnu par IDEAlliance, permettant aux imprimeurs de réaliser le plein potentiel de la normalisation dans la salle des presses.

Dans un contexte de mondialisation de l'industrie graphique et des communications, les normes sont à la base de la constance de qualité. Avec l'avènement du crossmédia, les normes servent d'agents unificateurs. Les outils de gestion de la calibration, de gestion de la couleur, les certifications de papier et les audits de qualité ne sont que quelques exemples concrets de l'application des normes. ■■

Diane Beauséjour
avec la collaboration de France Brodeur

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Une **stratégie** de **créneau** et **valeur ajoutée**

Efficacité, rapidité et coût sont les trois mots d'ordre de l'accroissement de la productivité en flexographie.

« Les imprimeurs qui réussiront sont ceux qui investiront dans la technologie et réduiront leur coût total de production unitaire. »

Ron Schroder

Le secteur de la flexographie au Québec compte 250 entreprises, dont plus du tiers sont de grandes entreprises. Le grand Montréal regroupe plus de la moitié des imprimeurs flexo avec 54 %, la Montérégie en accueille 14 % et 32 % sont disséminés dans les régions Centre du Québec, Chaudières-Appalaches, Estrie, Lanaudière, Laval, Mauricie et Québec[1].

Au Canada, Williamson est le plus ancien distributeur de produits flexographiques. Son directeur des marchés stratégiques actuel, Ron Schroder, préside le Comité de formation flexographique du Canada (CFTC). Au fil des ans (55 en fait), Williamson a été témoin de l'évolution de la flexographie. Lors de notre entretien, M. Schroder a émis un commentaire pour le moins étonnant : « Les flexographes sont invisibles. » Hors contexte, on pourrait penser au *Petit Prince* de Saint-Exupéry qui dit que « l'essentiel est invisible pour les yeux », mais dans le contexte de la flexographie, laissons M. Schroder nous expliquer ce qu'il entend par cette déclaration surprenante.

« Les flexographes sont étroitement associés aux transformateurs ou au marché qu'ils servent. Contrairement aux offsettistes, héliograveurs ou sérigraphes, ils ne s'identifient pas à leur métier d'imprimeur, mais plutôt à un secteur de marché. Ainsi, ils seront des imprimeurs d'étiquettes, de carton ondulé, d'enveloppes ou d'emballages filmiques, entre autres », explique M. Schroder. Les flexographes s'associeraient donc à la valeur ajoutée du produit de base. La chose qui les réunit, cependant, est le procédé d'impression.

Des temps difficiles

Selon M. Schroder, le secteur de la flexographie est durement touché par la conjoncture. « Si l'on remarque une baisse de la production de boîtes de carton ondulé, cela signifie qu'il y une baisse de production de carton et d'impression. Dans des périodes difficiles, la baisse de tonnage du carton ondulé est signe de récession. Par ailleurs, d'autres formes d'emballage sur des marchés ciblés, notamment les produits d'entretien automobile (cires et polis de tous genres), augmentent, car en période de ralentissement économique, les gens ont besoin de ce genre de produit », analyse-t-il.

Ron Schroder, directeur des marchés stratégiques pour Williamson et président du Comité de formation flexographique du Canada (CFTC)

« Compte tenu que ce marché est destiné à l'exportation, la force de la devise canadienne fait en sorte que la capacité d'impression, surtout dans la grande laize de film, a été réduite de 20 à 40 % au cours des deux dernières années. Plus le dollar maintiendra sa vigueur, plus ce secteur de la flexographie continuera de décliner », poursuit M. Schroder.

[1] CSMO CGQ, données fournies lors de l'Événement PAMT du secteur de l'imprimerie, septembre 2008

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Il est vrai que la force du dollar canadien a éliminé les avantages monétaires et obligé les clients à revoir leur structure d'achat, mais la vigueur de la devise canadienne n'est pas l'unique fardeau auquel fait face l'industrie flexographique. Les coûts de transport élevés favorisant la proximité d'approvisionnement et les récentes augmentations des matières premières dues à l'inflation spirale du coût du pétrole sont au nombre des obstacles à surmonter.

Dans ce contexte, M. Schroder constate qu'il y a actuellement beaucoup de fusions et d'acquisitions et une capacité excédentaire. Pour contrer les effets de la récession, les flexographes doivent trouver des niches de marché. La flexographie connaît donc une expansion importante dans les créneaux spécialisés. M. Schroder fait observer que l'idée du créneau fait partie de la stratégie du transformateur.

L'expérience en demande

« Ce serait une erreur de réduire les coûts de main-d'oeuvre en période difficile », estime M. Schroder. « Les imprimeurs qui réussiront sont ceux qui investiront dans la technologie et réduiront leur coût total de production unitaire. C'est ce qui fera la différence entre ceux qui passeront au travers de la crise et ceux qui n'y parviendront pas.

« En un sens, les avancées technologiques nous tirent dans le pied », estime-t-il. « Une presse moderne 10 couleurs remplace deux sinon trois presses mécaniques, ce qui touche inévitablement la main-d'œuvre. Par contre, les flexographes expérimentés sont en demande. Le secteur manque de main-d'œuvre qualifiée, c'est pourquoi le CFTC fait la promotion des normes en vigueur dans l'industrie dans la formation offerte. Le flexographe doit comprendre la discipline, savoir comment entretenir l'équipement et effectuer les tâches requises, afin de travailler plus efficacement et de manière plus rentable. »

La formation s'inscrit donc dans un contexte de gain de productivité. C'est également ce que le Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec (CSMO CGQ), en association avec Emploi Québec, a ressenti lorsqu'il a établi son programme d'apprentissage en milieu de travail (voir la chronique du CSMO CGQ en page 36).

Emballage Mega® bloks imprimé en Opaltone sur pellicule plastique multicouches par Les Industries Pro-Pals, de Laval

Les défis du prépresse flexo

Empire LA est une société de prépresse établie à Montréal qui offre également des services dans le reste du Canada grâce à son partenaire de Toronto. Elle se spécialise en travaux prépresse, notamment pour la flexographique grande laize et sur carton ondulé. À ce titre, elle agit en tant qu'intermédiaire entre les donneurs d'ordres et les imprimeurs d'emballages. D'emblée, Martin Gagnon, directeur technique pour Empire LA, souhaite préciser qu'il est essentiel de bien distinguer les secteurs flexo, qui comprennent également la flexographie en laize étroite et les étiquettes, car chaque secteur a ses propres exigences.

Dans le domaine de l'emballage, il y a encore beaucoup d'imprimeurs qui commandent leurs plaques et services prépresse à des spécialistes. Des clients comme les imprimeurs et transformateurs, qui fabriquent des sacs en plastique pour le pain, le lait, le terreau ou autres produits, commandent beaucoup de plaques. La fabrication de caisses en carton ondulé nécessite également un grand nombre de plaques.

Selon M. Gagnon, les détenteurs de marques et les entreprises d'emballages auraient de plus en plus tendance à s'approvisionner directement. Il fait remarquer que, depuis une dizaine d'années, des sociétés comme Coca Cola, Kraft, Johnson & Johnson's commandent directement la conception, le prépresse et les plaques au même endroit afin de gagner du temps et de standardiser le visuel. « Mais cela se fait souvent au détriment de l'optimisation et de la précision colorimétrique, qui exigent l'expertise de l'imprimeur », dit-il. « Cette tendance issue des États-Unis et de l'Ontario est en train de s'installer au Québec. »

« La rapidité d'exécution connaît

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

une croissance exponentielle », déclare M. Gagnon. « Il y a 10 ans environ, un projet de sac de croustilles pouvait s'exécuter en 8 à 10 semaines. Puis, le temps de réalisation a été ramené à deux semaines et, aujourd'hui, les professionnels du prépresse doivent faire face à des délais d'exécution de deux jours. »

Martin Gagnon, directeur technique pour Empire LA

La vitesse de fabrication et de commercialisation des produits a forcé Empire LA à rationaliser ses processus, à automatiser ses procédés et à cibler ses aires de perfectionnement technologique. La société a ainsi fait l'acquisition de technologies de pointe, dont des systèmes de gestion de la couleur, un système de suivi des commandes, un CtP flexo (système d'exposition directe des plaques) et un système d'archivage automatisé. « Il était impératif d'épurer nos processus afin de devenir plus efficaces », explique M. Gagnon. Selon lui, la rationalisation est le grand défi de l'heure, en plus, naturellement, du ralentissement économique que l'industrie flexographique subit depuis environ 18 mois.

L'efficacité est devenue incontournable. Et elle passe par l'achat d'équipement et de systèmes. « On est entré dans un monde où on change de presse pour devenir plus efficace », soutient M. Gagnon. « Chez Empire LA, nous avons modernisé notre parc logiciel dans le but de standardiser les processus et de produire plus avec moins, dans un marché où les ventes stagnent et les prix subissent une forte pression. » Les coûts de production en flexographie sont plus élevés qu'en offset. Les plaques coûtent à elles seules près de dix fois plus que celles destinées à l'offset. Par exemple, si une plaque offset coûte entre 50 et 60 dollars, il faut multiplier le prix par dix en flexographie ! M. Gagnon explique que les plaques flexo sont vendues au pouce carré. Contrairement aux plaques offset, les plaques flexo ne sont pas vendues en formats standard, elles sont toujours fabriquées sur mesure. « Nous vivons une situation où une plaque qui se vendait 40 cents il y a 20 ans se vend 29 cents aujourd'hui. Pour maintenir nos marges, nous devons donc investir continuellement dans la technologie », poursuit-il.

Empire LA renouvelle son parc d'ordinateurs tous les 3 à 5 ans, et ses serveurs suivent la même cadence. « Notre CtP est vieux de cinq ans, nous planifions donc un nouvel achat. La durée de vie du matériel est très courte, car les techniques changent et des raffinements sont constamment apportés aux dispositifs et machines », dit M. Gagnon.

Ce raffinement des machines va de pair avec les nouveaux défis techniques. La demande d'impression plus fine et le maintien de la qualité est une exigence courante, mais qui ne doit pas aller à l'encontre de l'efficacité. M. Gagnon mentionne que le procédé Opaltone (voir Qi – Québec imprimerie, nº 5, septembre 2007, p. 44-45), qui offre un gamut couleur considérablement élargi grâce à l'ajout de trois couleurs aux quatre couleurs de la quadrichromie, améliore grandement la capacité de reproduction couleur d'une presse flexo. « Nous avons réalisé des travaux avec succès et nos clients sont à même de voir la nette amélioration du résultat couleur par rapport au procédé habituel. Cependant, comme la plaque flexo coûte cher, l'utilisation d'Opaltone n'est pas généralisée, elle est plutôt ciblée sur des projets bien précis. Le procédé Opaltone s'adresse donc à des cas spécifiques où l'impact visuel et marketing est très important », explique M. Gagnon.

Les défis de reproduction au prépresse sont constants. « De plus en plus de graphistes utilisent des outils web, comme les transparences et filtres dans Illustrator, pour produire un effet visuel intéressant, mais difficile à travailler pour nous », dit M. Gagnon. Il rappelle que, tradition-

Impression utilisant le procédé Opaltone pour l'emballage spécial des croustilles Yum Yum célébrant le festival western de Saint-Tite. Imprimé par Multipak, usine de Mississauga

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Imprimer la pellicule

L'impression de la pellicule procure un attrait indéniable à un emballage (Qi 9, avril 2008, p. 48-50). Dans le cas de la pellicule rétractable, notamment, l'impression constitue un défi de taille. En effet, le concepteur de l'emballage ou du suremballage doit tenir compte de la rétraction de la pellicule utilisée et prévoir la zone imprimable en conséquence. En outre, les encres utilisées doivent sécher parfaitement sur le matériau de polymère.

Les Allemands sont toujours bien présents dans le domaine de l'impression en général, mais aussi dans l'impression de pellicules d'emballages. Windmoeller & Hoelscher (W&H) et Fischer & Krecke proposent différents systèmes d'impression flexographique et héliographique. Depuis 2004, Emballage St-Jean s'est doté d'une presse à 10 couleurs Novoflex de W&H. Il s'agit d'une presse flexographique à grande production utilisant la technologie à entraînement direct mise au point pour permettre un changement de manchon ultrarapide. « Cette presse s'est ajoutée à notre parc de machines, qui comptait déjà une presse à servocommande Fischer & Krecke 10 couleurs nous permettant d'imprimer des designs complexes avec beaucoup de précision et de constance », déclare Jacques Leclair, président d'Emballage St-Jean.

Multipak est présente dans l'industrie de l'imprimerie et de la transformation d'emballages souples depuis plus de 50 ans. Elle possède deux usines, l'une à Montréal et l'autre à Mississauga. « Il y a un demi-siècle, alors que les emballages étaient surtout faits de papiers, notre entreprise a été une pionnière dans le domaine de l'emballage souple », précise Rocky Colello, directeur des ventes Amérique du Nord chez Multipak. Outre la transformation d'emballage par contrecollage et laquage, Multipak imprime des pellicules destinées majoritairement à l'industrie alimentaire. « Nous achetons le matériau de base que nous transformons et imprimons selon les directives et les designs fournis par nos clients, puis nous leur livrons la pellicule en rouleaux prêts à utiliser sur leur ligne d'emballage », explique M. Colello. « Notre parc de machines comprend une dizaine de presses, dont une presse flexographique américaine PCMC 10 couleurs sans engrenage. Cette caractéristique de la presse permet entre autres d'imprimer des formats quasi illimités, et le système de gestion de couleurs Opaltone utilisé donne accès à une infinité de couleurs. »

Hélène Simard

nellement, la flexographie utilise des couleurs en aplat et que, même en quadrichromie, l'aplat est conservé. « Comme la flexographie imprime des plaques en relief, il est difficile de combiner une masse solide et une trame. La tendance consiste donc à les séparer, car la majorité des effets dans QuarkXPress ou la suite créative d'Adobe CS1, 2, 3 ou 4 sont des effets basés sur un environnement RVB (standard rouge vert bleu comme pour les pages web). Il faut donc transposer ces effets en imprimerie. Tout fonctionne bien en quadri rehaussée, c'est-à-dire en utilisant Opaltone », indique M. Gagnon.

« Si nous avons un concept qui réunit une zone quadri et une zone de traits, la difficulté est plus grande. Le chevauchement d'une trame sur un aplat, comme la vapeur émanant d'une tasse de café sur un sac de grains de café ou de biscuits, illustre bien ce cas. Opaltone permet d'accepter plus d'effets sans modifier le concept », ajoute M. Gagnon. « Le procédé est de plus en plus en demande, surtout en ce qui concerne la qualité du rendu des concepts combinant des tramés et des tons directs. En outre, l'impact visuel produit en fait un outil très intéressant », dit-il.

Récemment, EskoArtwork a présenté son option unique d'exposition principale UV Inline pour son système CDI Spark 2530. Ce dernier expose des plaques jusqu'au format 25 x 30 pouces, convenant à l'impression d'étiquettes et de supports souples en laize étroite. Les plaques flexo numériques sont polymérisées sous UV dans le même dispositif d'exposition de plaques, ce qui est plus productif que d'exposer séparément dans un châssis hors ligne.

Avec la technologie d'exposition principale UV Inline, chaque point exposé sur la plaque reçoit exactement la même quantité de rayonnement ultraviolet, augmentant le degré de répétabilité et de constance de la plaque. Une plaque insolée et polymérisée sur un CDI sera constante dans le temps. Les fluctuations des couleurs sur presse dues aux incohérences de l'exposition au rayonnement UV peuvent donc être totalement éliminées.

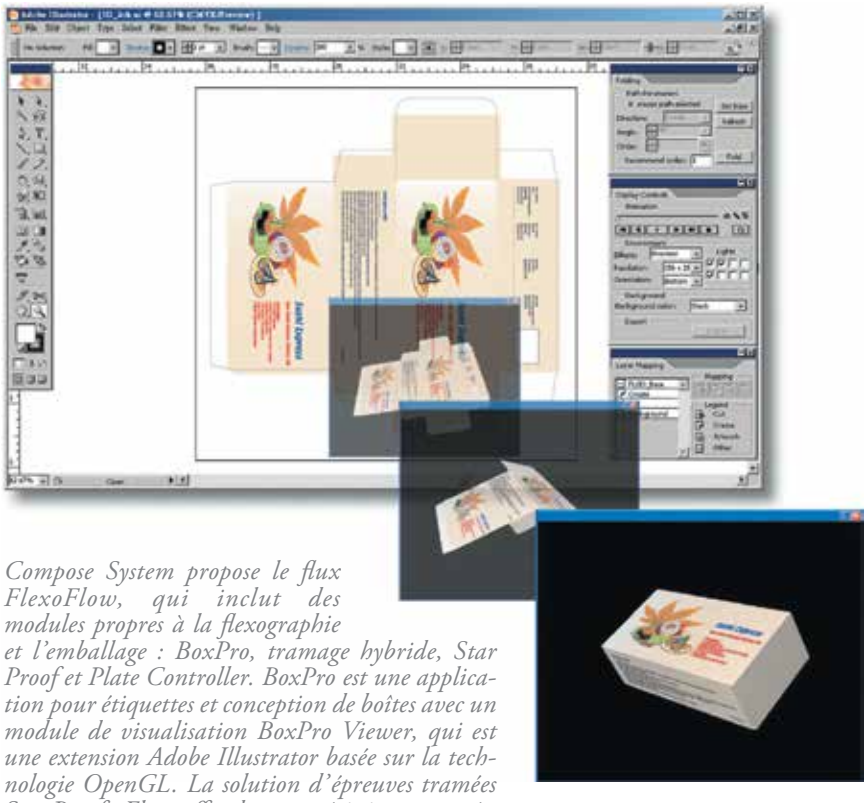
Par rapport à l'insolation UV hors machine, la nouvelle source d'exposition principale UV Inline du CDI est plus stable et dure plus longtemps. En consommant moins d'énergie et en dégageant moins de chaleur, le CDI Spark 2530 mise sur sa valeur tant économique qu'écologique.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Les accélérateurs de productivité

Selon M. Schroder, le changement qui a le plus marqué la flexographie est l'avènement des **flux de production numériques** et les **plaques numériques**. Ces innovations ont grandement accéléré les projets flexographiques, de la conception à la réalisation. De plus, l'adoption du **JDF** et la synergie entre les étapes de production améliorent la connaissance des coûts, la cadence et la productivité au sein de l'usine. L'informatisation des calculs et de la collecte des données accélère la production et fait réaliser des économies de temps substantielles. L'**épreuvage numérique** est un autre accélérateur de productivité qui se répand de plus en plus en flexographie.

Mark Vanover, vice-président Marketing pour EskoArtwork, croit également au progrès entraîné par le numérique. « Un nombre croissant de transformateurs adopte les technologies de plaques numériques, qui sont plus rapides, moins chères, et offrent une qualité supérieure aux plaques analogiques », affirme-t-il. « EskoArtwork a présenté le premier dispositif d'exposition directe de plaque flexo, Cyrel Digital Imager (CDI), en 1995 et continue d'occuper une position dominante en technologie d'imagerie flexographique. Les dispositifs CDI imagent plus de 80 % de toutes les plaques flexographiques », précise-t-il.



Compose System propose le flux FlexoFlow, qui inclut des modules propres à la flexographie et l'emballage : BoxPro, tramage hybride, Star Proof et Plate Controller. BoxPro est une application pour étiquettes et conception de boîtes avec un module de visualisation BoxPro Viewer, qui est une extension Adobe Illustrator basée sur la technologie OpenGL. La solution d'épreuves tramées Star Proof - Flexo offre des caractéristiques poussées d'engraissement du point et de perte de valeur du point. Son moteur analytique Actual Dot analyse les motifs de points CMJN et les angles de trame des sélections haute résolution pour les reproduire en créant des arrangements de points à haut contraste sur le système d'épreuves. Star Proof utilise les imprimantes à jet d'encre Epson Stylus Pro, dont le procédé VSDT (Variable Sized Droplet Technology) permet de produire des épreuves tramées conformes aux exigences de l'industrie de l'étiquette.

L'impression flexographique est un secteur très réglementé. D'une part, il doit se conformer aux normes de santé-sécurité comme principal procédé utilisé dans la fabrication des emballages alimentaires et pharmaceutiques. D'autre part, parce qu'il utilise notamment des encres à solvants, des colles et parfois encore des presses à système d'encrage ouvert. Ce secteur doit surveiller de près ses émissions de COV dans l'atmosphère.

Depuis la fin août 2008, il est sous l'oeil vigilant de la ville de Montréal qui a publié le règlement suivant : « Pour une installation d'imprimerie utilisant des procédés d'impression de flexographie ou de rotogravure, une réduction équivalente à celle requise à l'article 6.01, obtenue par la modification d'un procédé conventionnel, est considérée comme acceptable lorsqu'elle répond à la méthode décrite à l'annexe G. » Cette annexe décrit les moyens acceptés de réduction équivalente des émissions atmosphériques de substances organiques, notamment : les améliorations des équipements d'impression et de la formulation des encres ou des colles, l'utilisation de pellicules colorées, l'application de bonnes pratiques internes limitant les émissions atmosphériques de substances organiques et l'épuration des émissions atmosphériques de substances organiques.

http://www.cmm.qc.ca/fileadmin/user_upload/reglements/09_8.pdf

« Le flux de production numérique réduit grandement le temps de commercialisation dans un monde d'abondance de produits de consommation et de variations sur chacun d'eux. Les multitudes d'emballages de friandises, d'étiquettes de boissons gazeuses ou de croustilles subissent de nombreuses variations en fonction de différentiateurs géographiques ou saisonniers. Dans ce dernier cas, les cartes de la coupe Stanley dans les sacs de croustilles est un bon exemple », dit M. Schroder.

Les tendances

Régent Bernier, directeur du département de flexographie, Flexotech/ICGQ, commente l'évolution de l'offre en ce qui a trait aux plaques, aux anilox et aux presses. Voici les tendances qu'il fait ressortir.

Les concepts de la plaque numérique produite par ablation d'un masque

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

noir pour remplacer le négatif et la gravure thermique ont révolutionné la production de la plaque de photopolymère. Ces innovations ont permis d'augmenter la qualité de reproduction à un niveau inimaginable avant les années 2000. Aujourd'hui, ces concepts sont dépassés et en voie d'être remplacés par l'imagerie directe de la plaque de photopolymère ou de caoutchouc.

Plusieurs approches intéressantes se distinguent, que ce soit pour la production de forme imprimante en feuille ou manchon. La première approche, proposée par la majorité des fabricants, consiste à graver directement le relief en trois dimensions sur la surface de caoutchouc ou de photopolymère spécialement formulé. Ce principe est idéal pour la fabrication de manchons, dont l'utilisation est en croissance, et permet de graver le relief en une seule étape. À mon avis, cette approche est la plus prometteuse au chapitre des coûts, de la qualité, de la simplicité de mise en œuvre et pour l'environnement.

La seconde est la polymérisation directe de l'image sur photopolymère par le laser du CtP sans masque noir. Cette technique, telle que présentée par MacDermid, utilise un CtP offset à laser violet légèrement modifié, fabriqué par Lusher, et une formulation adaptée de photopolymère gravable au solvant ou par un procédé thermique. Cette approche réduit les coûts de matières premières en éliminant le masque noir tout en conservant les avantages du transfert numérique de l'image. En 2007, Kodak a commercialisé le CtP Thermoflex pour la production de plaques offset et flexo, ce qui laisse croire que cette tendance se confirme déjà.

Le PlateRite FX1524 de Screen est un CtP flexo milieu de gamme au format 1067 mm x 1524 mm (42 x 60 po) produisant un point de haute qualité. Destiné aux marchés du cartonnage et de l'emballage souple, il utilise une technologie laser thermique et une structure de points de trame conçue pour l'impression flexo. Il est compatible avec le flux PackStudio SE, basé sur le système ArtPro d'EskoArtwork, et s'intègre dans tous les flux de production tiers.

X-Rite vient de présenter la version 2.0 de son système de mesure en ligne de la densité colorimétrique vipPAQ. Le système contrôle la densité optique des tons directs, permettant une gestion fidèle des couleurs ICC. vipPAQ contrôle les variations de densité et de points durant l'impression. Le système comprend de une à quatre têtes d'analyse. Trois des neuf canaux de chaque densitomètre correspondent aux encres standard cyan, magenta et jaune. Les neuf canaux couvrent le spectre visible complet, facilitant la mesure des tons directs. Un filtre de polarisation en option permet la mesure sur supports brillants.

Les anilox ont connu plusieurs améliorations techniques majeures au début des années 2000 pour la gravure au laser et des surfaces de céramique. Nous avons vu apparaître sur le marché des anilox à linéature élevée de 1200 alvéoles et plus par pouce linéaire. Cela a permis aux imprimeurs flexo de tous les domaines d'améliorer grandement la qualité d'impression. Par conséquent, les imprimeurs peuvent augmenter les changements d'anilox pour répondre aux exigences de plus en plus complexes des travaux.

Les presses à manchon accélèrent certes les temps de changement d'anilox et de plaques à la mise en train, mais il n'en reste pas moins que le rêve de tout flexographe est de pouvoir faire un maximum de travaux sans changement d'anilox, tout en répondant de façon efficace aux différents besoins d'encrage que présentent les zones d'aplat et tramées.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Elle peut tirer une épreuve d'un emballage souple, sur des plastiques non traités comme le PET, des polycarbonates de métal, papiers couchés et non couchés ou pellicules d'emballage thermorétractable, par exemple. Utilisant jusqu'à sept couleurs, le système UJF-605RII de Mimaki peut imprimer sur support transparent, comme les films OPP/PET ou thermorétractables, appliquer une encre blanche en sous ou surimpression, vérifier l'emplacement de la couleur, de la forme, du design et du code barres, avant la gravure du cylindre ou la confection de la plaque et l'impression. Il est également possible de produire une impression superposée pour une gradation spécifique. Le système bobine-bobine fonctionne en mode autonome. La zone imprimante maximale est de 600 x 500 mm.

À cet égard, le fabricant mondial d'anilox, Apex, a lancé ses nouvelles gammes UniCorr, UniFlex et UniCoat (tel que mentionné dans le reportage de la drupa 2008, Qi nº 11, septembre 2008, p. 19). Celles-ci utilisent une nouvelle technologie de gravure qui ne présente pas d'alvéole fermée ou ouverte, mais une série de lignes sans raccord ni lien. Elle offre une plus grande souplesse permettant d'encrer les aplats et les parties tramées de l'image avec le même anilox, sans perte de qualité. Le choix de l'anilox est également simplifié puisqu'il ne porte plus sur la linéature en relation avec un volume d'encre, mais sur la finesse de gravure S (small) équivalant à un faible volume, M (medium) et L (large) à un volume élevé pour des concepts graphiques comportant de grands aplats de couleurs foncées.

Les premières presses 10 couleurs sont apparues il y a quatre ans. À l'exception de Flexotecnica qui propose un modèle 12 couleurs, tous les fabricants ont respecté cette limite, qui répond parfaitement aux besoins actuels du marché. Les vitesses maximales ont augmenté pour passer de 300 mètres/minute en 2000 à 400 mètres/minute en 2004. Elles sont maintenant de 500 mètres/minute chez la majorité des fabricants de presses destinées à l'emballage souple.

Les fabricants ont apporté plusieurs améliorations à leurs équipements dans le but de réduire les temps de mise en train. Les manchons anilox et porteplaques ont remplacé les cylindres, l'automatisation du nettoyage a éliminé les temps de lavage et le repérage automatique a grandement réduit les temps de calage et la quantité de gâche. Avec l'ajout du réglage automatique des pressions d'impression, l'automatisation ainsi que la réduction des temps de calage et de la gâche atteignent des niveaux jamais vu en flexographie, conclut M. Bernier.

Un secteur qui s'adapte

Malgré les contraintes sur les coûts posées par les meilleurs temps de réponse, l'efficacité et les nouvelles exigences techniques, la flexographie demeure un secteur dynamique. Les entreprises du secteur adoptent différentes stratégies pour y faire face. Empire LA a décidé, par exemple, d'affecter des professionnels de ses laboratoires directement chez ses clients. Cette approche lui permet d'accélérer les communications et d'assurer un suivi étroit des commandes. La société de prépresse a également implanté un partagiciel chez certains clients pour leur permettre de suivre l'évolution de leurs commandes.

Le système flexographique numérique Kodak Flexcel NX destiné aux imprimeurs et façonniers d'emballages produit une qualité d'impression comparable à l'offset sur une large gamme de supports, tels que papiers, films souples, films métallisés, étiquettes et cartons plats. Il se compose du laminateur Kodak Flexcel NX, des plaques flexo numériques Kodak Flexcel NXH, de la couche thermique Kodak Flexcel NX 830, des CtP Kodak Trendsetter NX moyen et petit format, de la technologie de gravure Kodak Squarespot et du flux Kodak Prinergy pour l'emballage. La lamination de la couche thermique directement sur la plaque évite les effets de l'oxygène et favorise ainsi la création de points bien formés, plats et réguliers. Ce procédé diminue en outre le risque de bouchage des plaques par l'encre, ce qui augmente le temps de bon fonctionnement de la presse et contribue à une reproduction régulière des points dans les hautes lumières et des dégradés subtils pour toutes sortes d'applications.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

OpenRIP Flexo 7.0 de Xanté incorpore la dernière version du moteur d'impression PDF Print Engine (APPE) d'Adobe, qui rippe les fichiers PDF dans leur format natif afin d'assurer l'intégrité du fichier dans l'ensemble du flux. Le flux clés en main OpenRIP Flexo 7.0 Professional intègre également les systèmes couleur Pantone Matching System et Pantone Goe. Il gère une foule de périphériques de sortie, allant des CtP aux traceurs et presses numériques, à partir d'un seul RIP.

« Plus qu'un fournisseur, nous voulons devenir une ressource pour nos clients », affirme M. Gagnon.

Il enchaîne en précisant que l'expérience sur presse flexographique est un atout pour le prépressier flexo en raison des exigences d'imprimabilité de plus en plus élevées. « L'établissement des normes comme GRACoL (standard de correspondance des couleurs) et FIRST (Flexographic Image Reproduction Specifications & Tolerances) fait en sorte que nous devons communiquer avec l'imprimeur et servir de lien entre la gravure informatisée de plaque et l'imprimerie. Nous devons adapter nos technologies, car notre environnement n'est pas intégré, d'où l'importance de la prévisibilité sur presse et de la qualité des épreuves que nous devons soumettre, afin qu'elles respectent le plus fidèlement possible le rendu sur presse. En plus d'utiliser une plateforme EskoArtwork, nous avons développé notre propre façon de travailler adaptée à notre réalité », précise-t-il.

Les presses numériques présentent-elles un danger pour la flexo ? « Beaucoup d'imprimeurs d'étiquettes adoptent le numérique pour des prototypes, mais l'impression en grands tirages se fait sur une machine flexo. Pour l'instant, le numérique est freiné par la vitesse, bien que de moins en moins, et par les coûts de l'équipement et des consommables (encres) », estime M. Schroder. Il conclut en disant qu'il faut, bien sûr, observer ce qui se passe en impression numérique, mais la flexographie, à l'image de l'héliogravure, ne disparaîtra pas. Les machines multi-supports et multiprocédés qui ont envahi le marché dernièrement offrent des occasions d'affaires intéressantes. ■■

France Brodeur

Les Papiers Atlas inc.
Atlas Paper inc.

Les bonnes idées ont le pouvoir de changer les règles du jeu.
Faites vos propres règles avec l'aide des Papiers Atlas.

Nous réduirons vos coûts en vous assurant un service impeccable, une livraison JIT, mais surtout en réduisant vos pertes de carton en coupant vos feuilles sur mesure, et ce avec une très grande précision. En même temps, nous contribuons à la réduction de la consommation de matières premières et avons la fierté de sauver des arbres! Nous sommes certifiés FSC & SFI et vous offrons des cartons de première qualité.

Les Papiers Atlas…solutions innovatrices pour le XXIème siècle et adaptées à vos besoins.

Tél : 514-494-1931
Sans frais : 1-888-415-9974
www.papiersatlas.ca

SFI
SGS-SFI-COC-212
FSC
SGS-COC-003501 ©1996

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

La **sécurité** des **données web**

La protection des données transmises par le web est maintenant un enjeu majeur pour les entreprises et les professionnels de l'industrie graphique.

La sécurisation des données permet d'éviter que celles-ci ne soient manipulées, utilisées ou même détruites par des personnes extérieures non autorisées.

L'édition mutiplateforme ou cross-média supprime les efforts de duplication et la maintenance de systèmes distincts pour imprimer et pour afficher sur le web ou autres supports électroniques. Elle permet donc de créer une fois et de publier partout. Les contenus de catalogues papier et web illustrent bien l'utilité du partage d'une plateforme d'édition, tout comme les manuels de formation, notices techniques et autres documents semblables.

À l'heure où le harponnage et les virus menacent constamment la sécurité des données enregistrées sur un ordinateur, la sécurisation des données permet d'éviter que celles-ci ne soient manipulées, utilisées ou même détruites par des personnes non autorisées. Voici un bref aperçu des mesures de sécurité de base, suivi du témoignage de deux imprimeurs qui ont pris les grands moyens pour sécuriser leurs données.

L'abc de la sécurisation des données

Différents dangers guettent les données informatiques. Les trois méthodes de piratage informatique les plus répandues sont le virus, l'intrusion et l'hameçonnage.

Le virus est un programme informatique pouvant se reproduire. Il est conçu pour s'attaquer à un ordinateur à l'insu de son utilisateur. Les dommages causés par le virus peuvent aller de la destruction partielle des documents stockés sur le bureau à la contamination de toutes les applications de l'ordinateur. Quant à l'intrusion, celle-ci est l'œuvre non pas d'un programme informatique, mais plutôt d'un pirate qui se connecte sur un ordinateur et qui a ainsi accès à toutes ses données. Finalement, l'hameçonnage vise spécifiquement l'usurpation d'identité par le vol de données personnelles, généralement sous le couvert d'une fausse identité (banque, gouvernement, entreprise reconnue, etc.). Le courriel est la technique la plus souvent utilisée dans ce cas, bien que de faux sites existent également.

La liste des dangers du web est longue, et de nouveaux virus sont créés tous les jours, d'où la nécessité de protéger efficacement ses données. Voici quatre trucs de base à suivre pour protéger efficacement un ordinateur contre les virus et les intrusions.

1. Acquérir des outils de protection de base

L'antivirus et le pare-feu sont des outils qui vont de pair. Si l'un permet de bloquer la majorité des virus courants, l'autre réglemente le trafic Internet en examinant chaque information entrant ou sortant de l'ordinateur. Un troisième outil permet d'éviter qu'un pirate informatique pénètre un ordinateur et détecte son numéro d'identification (adresse IP), recense les derniers sites visités ou, pire, ait accès aux courriels. Il s'agit d'un logiciel anti-espionnage. Ce logiciel, combiné aux deux outils précédents, assurera une couverture de sécurité complète.

2. Se soumettre régulièrement aux mises à jour de sécurité de l'ordinateur et de l'antivirus

Le monde des logiciels, à l'image de celui du web, évolue rapidement, il est donc important de se tenir au courant des évolutions en matière de sécurité. Un bon moyen de le faire est de visiter périodiquement la page web du navigateur de l'ordinateur. Celle-ci affiche les différentes mises à jour de sécurité à effectuer sur l'ordinateur. Il est aussi primordial de respecter les mises à jour demandées par l'antivirus, car elles maximisent la protection de l'ordinateur.

3. Vérifier l'authenticité de ses interlocuteurs web

Aucune institution sérieuse ne demandera à ses clients de dévoiler des renseignements personnels par courriel ou par

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

clavardage. Il faut donc se méfier des courriels exigeant ce type de renseignement et garder en tête que les fraudeurs sont souvent des spécialistes dans l'art d'imiter les communications écrites d'institutions reconnues.

4. Sécuriser l'échange de données

La signature numérique (et non électronique) fait figure de tampon officiel sur les courriels et sert à authentifier l'expéditeur. Celle-ci comprend généralement le nom et l'adresse de l'expéditeur ainsi que la date d'envoi. Comparable à un certificat de sécurité, la signature numérique garantit la fiabilité de la source, en plus de sécuriser l'échange de données et d'éviter le vol d'identité.

Un autre moyen de sécuriser l'échange de données est de crypter les communications. Des logiciels de cryptage sont offerts avec plusieurs systèmes de courriel, notamment Microsoft Outlook.

Finalement, pour les petites et moyennes entreprises, l'acquisition de la technologie VPN (Virtual Private Network) est un atout. Ces réseaux privés virtuels permettent à des employés de communiquer de façon sécuritaire et de partager des applications communes à distance.

Gilles Blais, président de Précigrafik

L'ajout de logiciels sécuritaires ne protégera pas nécessairement un ordinateur contre tous les types de fraude. Il s'agit d'être vigilant en tout temps, particulièrement lorsque vient le moment de faire des achats en ligne. Les sites sécurisés se démarquent généralement par l'utilisation du SSL (Secure Sockets Layers), un processus qui garantit la sécurisation des données transmises entre deux ordinateurs. La grande majorité des sites de transaction en ligne l'utilisent. Pour déterminer si votre transaction est sécurisée par SSL, il faut rechercher le logo d'un cadenas fermé vis-à-vis votre URL ou encore la mention HTTPS au lieu de HTTP lorsqu'on se connecte à un site.

Le stockage des données

Dire que la sécurisation des données va de pair avec la confiance de ses clients peut sembler cliché. Pourtant, ledit cliché s'applique particulièrement bien à une entreprise comme Précigrafik.

En effet, cette entreprise de Sherbrooke spécialisée dans l'impression de chèques ne pourrait se permettre d'avoir un système de sécurité défaillant, comme le soutient son président Gilles Blais. C'est pourquoi Précigrafik s'est tourné vers une société spécialisée pour sécuriser ses processus : « Ni moi ni mes clients n'avons à subir les effets d'une lourde infrastructure de sécurité. Nous avons donc recours à une compagnie externe qui met en place les mesures de protection nécessaires pour le dépôt des fichiers des clients. »

Du même souffle, le président de Précigrafik explique que ses employés ont aussi leur part de responsabilités dans la gestion des données. Ainsi, un système d'épuration des fichiers a été mis en place afin d'éliminer tous les documents enregistrés sur le réseau qui ne sont plus d'actualité. « Plus on garde de l'information, plus on est à risque », soutient M. Blais. Quant à l'information qui doit être stockée, celle-ci n'est jamais conservée sur les ordinateurs des employés, mais plutôt sur un serveur externe sécurisé : « Tout le travail effectué sur nos ordinateurs est stocké sur un serveur qui est situé dans une pièce isolée et accessible uniquement par un employé, celui qui est responsable d'effectuer la sauvegarde quotidienne. Les informations recueillies sont mises dans un coffre-fort. »

Fait intéressant, la politique de sécurisation des données de Précigrafik est entièrement intégrée à son système de qualité ISO. « Il y a deux ans, nous avons rattaché notre système de sécurité à notre système de qualité ISO 9001 afin que celui-ci soit partie intégrante de nos normes de qualité et pour éviter que l'on se retrouve à gérer deux systèmes en parallèle », explique M. Blais.

Les serveurs sécurisés

« Nos données sont cruciales, et nous devons mettre tout en œuvre pour les protéger. » C'est ainsi qu'Alex Nuta, conseiller principal, Marketing relationnel, résume la politique en matière de sécurité de Transcontinental.

Alex Nuta, conseiller principal, Marketing relationnel, Transcontinental

Depuis quelques années déjà, un système de protection complexe s'appuyant sur deux serveurs a été mis en place dans l'entreprise. « Notre serveur de données est complètement indépendant de notre serveur web. Nous disposons donc d'un système de sécurité autonome pour le traitement des données. Un pirate informatique qui s'attaquerait à notre système n'aurait pas la tâche facile, car il devrait corrompre deux serveurs au lieu d'un pour accéder aux données : le serveur web et le serveur de données. »

Autrement dit, le serveur de données est un réseau privé aux accès contrôlés qui se situe à l'intérieur du réseau global de Transcontinental, d'où l'utilisation de la technologie VPN. Cette méthode de protection extrêmement poussée est certes à l'avant-garde des techniques de sécurité en imprimerie. Il n'empêche pas Imprimeries Transcontinental d'utiliser aussi des mesures de sécurité de base. « Nous utilisons le protocole HTTPS pour toutes les transactions effectuées en

suite à la page 22

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Le **marketing** qui **colle** à la page

Qui n'a pas déjà eu le plaisir de décoller un petit sachet d'échantillon de crème d'un magazine ou une petite pièce aimantée annonçant une entreprise de taxi ?

« Le fournisseur idéal, pour nous, traitera toutes les étapes de finition sous un même toit. Si un problème survient au cours du façonnage, il saura ainsi réagir plus rapidement. »
Ianick Quévillon

Gadgets, livrets, échantillons cosmétiques ou de parfum, CD ou DVD, des produits de toute sorte viennent de plus en plus garnir les pages des magazines ou le matériel de publipostage. Il semble que la demande pour les échantillons, surtout pour les cosmétiques, soit en progression constante, en particulier dans les pays en développement rapide comme l'Inde et la Chine, ou à forte consommation comme les États-Unis. Ils sont souvent distribués librement, mais aussi collés sur un imprimé. « Nous les remettons surtout à des clientes fidèles pour leur faire connaître un nouveau produit dans une gamme qu'elles affectionnent déjà, explique Nathalie Laplante, directrice du marketing chez Yves Rocher, Amérique du Nord. Les échantillons collés offrent une plus belle présentation, mais nous les collons parfois par nécessité, afin qu'ils ne se déplacent pas dans l'enveloppe de publipostage. »

Le choix du fournisseur

Selon Ianick Quévillon, chef des achats chez Yves Rocher, Amérique du Nord, le choix d'un fournisseur est basé essentiellement sur la qualité, la capacité de livrer à temps et le tout à un prix juste et concurrentiel. « Le fournisseur idéal, pour nous, traitera toutes les étapes de finition sous un même toit. Si un problème survient au cours du façonnage, il saura ainsi réagir plus rapidement », dit-il.

Spécialiste technique, CtP et presse, chez Transcontinental Direct Montréal, Stéphane Provost explique comment l'équipement dernier cri installé récemment par l'entreprise permet aux clients d'économiser temps et argent. « Notre chaîne de finition complète a été conçue sur mesure pour répondre aux besoins précis de nos clients en matière de marketing. Elle est très polyvalente et nous permet de produire des pièces tout à fait uniques, comme c'est le cas du « LOULOU Sticker », une page du magazine LOULOU qui comporte un découpage par effleurement (kiss cut). » Cette chaîne de façonnage compte plusieurs éléments amovibles qui peuvent être déplacés selon la nature du produit à fabriquer. « Nous disposons d'une ligne Baldwin installée à la sortie d'une rotative demi-laize et d'une chaîne de finition en ligne Scheffer adjacente à une rotative pleine laize. Celle-ci comprend entre autres une colleuse munie d'un 2e rouleau permettant l'application de vernis aqueux et d'un massicot rotatif pouvant accepter des couteaux de découpe multiformes », précise Stéphane Provost.

Stéphane Provost, spécialiste technique, CtP et presse, chez Transcontinental Direct Montréal, devant l'unité de commande de la chaîne de finition en ligne Scheffer

Colles et applications

Le collage d'échantillons exige la dépose d'une colle fugitive, ou non permanente, appliquée par points ou par traits, ou encore l'application de pastilles adhésives avec

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

La nouvelle chaîne de finition Scheffer installée sur la presse Hantscho Mark VII, chez Transcontinental Direct Montréal

un applicateur semi-automatique. « La colle fugitive permet de détacher l'échantillon sans abîmer le support », explique Carole Éthier, chef de l'impression chez Yves Rocher, Amérique du Nord. Dans le cas du découpage par effleurement, la colle est dite « repositionnable », parce que l'objet découpé peut être prélevé et recollé sur une autre surface. Les timbres-poste préencollés, vendus en rouleau, sont un bon exemple de cette technique. D'autres applications nécessitent une colle réhumectable, comme les enveloppes préaffranchies façonnées en ligne et ajoutées au matériel d'un publipostage.

Les pages de magazines féminins regorgent d'échantillons de parfum sous la forme d'une bande dont les deux faces sont collées l'une sur l'autre et qui dégagent un parfum lorsqu'elles sont décollées. « Avec cette technique, explique Stéphane Provost, la colleuse en ligne applique, à l'aide d'un tampon en caoutchouc, une colle spéciale à laquelle sont mélangées des microcapsules de gélatine remplies d'huiles essentielles parfumées. Lorsqu'on sépare les bandes, les microcapsules se brisent et dégagent la fragrance que l'on veut promouvoir. »

Un échantillon est ajouté à un imprimé dans le but bien évident de faire connaître le produit et surtout de le vendre. En 2004, l'agence de recherche The Wire a mené une enquête téléphonique auprès de 1 000 lectrices du magazine Marie-Claire*. Les résultats du sondage ont démontré que les lectrices exposées à une publicité proposant un échantillon de produit connaissent mieux la marque que celles qui n'y sont pas exposées, et que cette connaissance a un lien important avec l'échantillon. Le sondage montre aussi que la présence d'un échantillon de produit dans un magazine augmenterait de 56 % la probabilité d'un achat du produit par la lectrice exposée. Globalement, les résultats révèlent que 64 % des lectrices interrogées ont détaché l'échantillon et que 80 % d'entre elles ont fait l'essai du produit. Fait encore plus intéressant, 42 % des lectrices ont avoué que la présence d'échantillons dans une publicité attirait davantage leur attention sur le produit annoncé. Les imprimeurs réagissent-ils de la même façon ?

* « Marie Claire Sampling Research », enquête menée par The Wire pour IPC Innovator and Sampling Innovations, 2004

Le collage en sous-traitance

Créée en 1979, Ateliers TAQ de Québec fait partie des entreprises québécoises adaptées, c'est-à-dire que parmi ses 200 employés, elle compte des travailleurs handicapés dans une proportion majoritaire.

L'entreprise certifiée ISO 9001:2000 offre en sous-traitance divers services de finition, dont le collage d'échantillons, notamment à des imprimeurs, des éditeurs de publipostages ou de revues spécialisées. Le travail est fait manuellement, comme l'explique Christian Pelletier, directeur de production. « Nous collons les objets promotionnels les plus divers, échantillons,

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Un échantillon collé sur une carte, fourni par Yves Rocher Canada

petits documents imprimés et autres. Nous traitons des volumes variés, allant de très petits à près de 20 000 unités. L'employé dépose une pastille de colle non permanente sur l'imprimé, à l'endroit précisé par le client. Cette colle nous est fournie en rouleau, sur un support plastifié. L'échantillon est mis en place, tout simplement. Les Ateliers TAQ assurent aussi toute la préparation postale, jusqu'à la mise à la poste, un service global que les clients recherchent de plus en plus », indique M. Pelletier.

Complexité et polyvalence

Les contraintes imposées par les choix de papiers ou les designs complexes forcent les systèmes de finition en ligne à devenir plus polyvalents que jamais. La société américaine Scheffer Web Finishing, pionnière des systèmes de finition en ligne et hors ligne, propose notamment une unité pour colle réhumectable que l'on place après le dernier module d'impression de la rotative, et avant ou après le sécheur, selon l'application. Scheffer propose également une encolleuse qui permet l'application des fragrances microencapsulées ou la fixation d'une bulle remplie de liquide sur un support cartonné.

L'entreprise britannique Morgana propose une gamme de produits et de systèmes de finition destinés surtout à un environnement d'impression numérique. Baldwin (É.-U.) commercialise le système WebTack, conçu par Robatech AG (Suisse), qui comprend des têtes d'application par contact installées directement sur l'unité de pliage. Ce système permet de maîtriser avec une très grande précision la quantité de colle appliquée et l'endroit où est faite cette application. Dans le domaine du collage en ligne ou hors ligne, on retrouve d'autres noms importants tels que Innotech, Valco Melton et Western Printing Machinery, aux États-Unis.

Les coûts et innovations

« À cause des coûts élevés du collage d'échantillons, nous préférons une insertion libre dans un envoi publiposté, lorsque cela est possible. Nous fabriquons aussi des bandes parfumées pour faire connaître nos nouveaux produits, car c'est beaucoup plus économique », affirme Carole Éthier, chez Yves Rocher Amérique du Nord.

Le collage d'échantillons laisse pourtant prévoir une foule d'innovations, surtout avec toutes les nouvelles possibilités qu'offrent les systèmes de finition en ligne. À cela il n'y aura de limite que l'imagination, très fertile, des créatifs… ■■

Hélène Simard

Saviez-vous que…

Le procédé xérographique a 70 ans en 2008. La première copie xérographique a en effet été produite le 22 octobre 1938 dans un laboratoire de fortune, dans le quartier Queens de New York. L'inventeur, Chester Carlson, était un scientifique et un avocat en brevets déterminé à trouver un moyen simple de faire des copies de documents.

Rejetant les méthodes photographiques, Carlson expérimentait avec les charges électrostatiques et les matériaux photoconducteurs – dont les propriétés électriques se modifient lorsqu'ils sont exposés à la lumière. Le procédé qu'il a inventé a été baptisé « xérographie », dérivé de deux mots grecs, soit xeros signifiant « sec » et graphein signifiant « écriture ». Ce n'est que deux décennies plus tard, après un investissement décisif par une petite entreprise du nord-ouest de l'État de New York du nom de Haloid, qui deviendra par la suite Xerox Corporation, que le procédé a été commercialisé.

http://www.xerox.com/innovation

suite de la page 19

La sécurité des données web

ligne. Il est impossible de commander avec HTTP à partir de notre site », explique M. Nuta. De plus, tous les accès sont rigoureusement protégés, car le but du système de protection de Transcontinental est de protéger l'entreprise des intrusions à la fois internes et externes.

Chaque entreprise a sa vision et ses méthodes en matière de sécurité. Chose certaine, à l'heure du piratage informatique poussé et des vols d'identité, la sécurisation des données est rendue une nécessité dans le domaine de l'imprimerie. S'il y a certes des outils de base à acquérir, le choix de la technologie et du plan stratégique est propre à chaque entreprise selon ses besoins. Il n'existe aucun guide ou modèle à suivre ; l'entreprise qui cherche à sécuriser ses systèmes doit d'abord étudier ses processus pour pouvoir ensuite s'équiper de la technologie adéquate. ■■

Sarah-Maude Lefebvre

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Votre **productivité personnelle**, un enjeu fondamental

Un bon usage de son temps permet de mieux discerner ses obligations individuelles dans un contexte de productivité.

L'impression incessante du manque de temps est sans doute le mal de notre siècle. Quand on vit dans un monde où le changement et la variété sont devenus les ingrédients du quotidien et où la quantité de tâches à faire est toujours plus grande, il n'y a qu'une seule réponse : améliorer sa productivité personnelle en développant ses compétences en gestion de soi et de ses priorités.

De telles compétences sont basées sur l'acquisition et, surtout, sur la mise en pratique de principes fondamentaux.

Premièrement, on a tous les mêmes 24 heures. On ne peut ni en emmagasiner ni en acheter. La seule chose qu'on puisse faire avec le temps, c'est en maximiser l'usage pour réaliser avec le plus grand plaisir tous nos objectifs personnels et professionnels.

Deuxièmement, les statistiques nous indiquent qu'une majorité importante d'entre nous consacre un maximum de 45 % de notre précieux temps à accomplir ce qui est essentiel à la réalisation de nos objectifs, alors que les champions du temps consacrent pour leur part 75 à 80 % à ce qui est urgent et important, donc primordial à l'atteinte des objectifs.

Troisièmement, en gestion des priorités, il n'y a pas de solution universelle. Vous devez donc tout d'abord découvrir votre relation au temps selon votre personnalité. Êtes-vous de ceux qui n'ont jamais assez de temps, mais qui en font deux fois plus que la moyenne des gens ? Ou plutôt de ceux qui ont toujours beaucoup de temps devant eux, mais qui n'accomplissent pas la moitié de leurs tâches dans le temps prescrit ? Vous découvrirez aussi les défis et les obstacles qui vous sont propres.

Comment y arriver ? Par votre conscientisation, votre volonté, un peu de formation et de coaching régulier vous permettra d'apprendre à :

- Organiser votre poste de travail, vos dossiers et vos projets
- Évaluer le temps de façon plus juste
- Négocier des échéanciers réalistes
- Réduire les sources d'interruptions et de dérangements
- Savoir dire non sans frustrer son interlocuteur
- Soigner vos maladies du temps telles que la ouitite, la courriellite, la réunionite, l'interromptite et l'urgentite

Finalement, faites le point régulièrement sur tout ce que vous avez à faire et que vous avez noté d'une façon ou d'une autre. Consacrez chaque semaine une heure à passer en revue vos tâches, vos projets et autres engagements et 10 minutes par jour à constater où vous en êtes. Vous serez ainsi plus conscient de l'usage que vous faites quotidiennement de ce précieux temps. Vous obtiendrez, de ce fait, une vision claire qui nous rendra plus efficace. Vous développerez conséquemment votre sens des priorités et augmenterez votre pouvoir et votre liberté dans toutes les facettes de votre vie.

Andrée Champoux

Pour plus d'information, veuillez contacter Andrée Champoux, directrice de formation et coach, au 514 389-5061 poste 359 ou par courriel, achampoux@icgq.qc.ca.

Faites le point régulièrement sur tout ce que vous avez à faire et que vous avez noté.

INSTITUT
DES COMMUNICATIONS
GRAPHIQUES DU QUÉBEC

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Le **JDF** s'impose en **finition**

L'imposition s'enrichit de nouvelles fonctions pour pouvoir dialoguer avec les machines de finition.

Un serveur générique et ouvert était nécessaire pour la saisie des paramètres de finition dans les fichiers d'imposition JDF de tout système prépresse.

Selon la Coopération Internationale pour l'intégration des procédures de Prépresse, de Presse et de Postpresse (CIP4), le JDF est un langage standard de collecte et de conservation des données sur tout le cycle de production d'un travail d'impression. Il rend possible la communication entre différents systèmes de différents fabricants. Le JDF est un langage informatique utilisant le format XML, qui permet de transférer des données structurées sur la production.

Le bout de la ligne

Le pliage, la reliure, la découpe et le pliéollé étaient jusqu'à récemment exclus de la chaîne automatisée. Une coupure s'effectuait avant la finition. Aujourd'hui, l'équipement postpresse accepte les spécifications JDF, vérifie et saisit les données, qu'il envoie ensuite pour régler la machine concernée[1]. Des machines comme celles des constructeurs Heidelberg, Wohlenberg, Horizon, Polar et Müller Martini utilisent des flux JDF, tout comme le matériel Duplo et Morgana.

Ultimate Technographics avait constaté le manque d'interopérabilité dans le cas où chaque constructeur de matériel de finition développe une connectivité JDF et une communication JMF[2] permettant de lire les instructions JDF et les convertir pour des commandes mécaniques correspondantes. Aujourd'hui, le logiciel d'imposition Ultimate Bindery d'Ultimate est capable de créer des fichiers JDF incluant les spécifications pour la reliure (coupe, pliage et piqûre). Ultimate a donc repoussé les limites de l'imposition afin d'inclure les étapes de la finition. Le JDF imposé à la sortie d'Impostrip fournit en effet les informations sur le nombre de cahiers, la géométrie, les repères et les bandes de contrôle,

Joanne David, chef de la direction d'Ultimate Technographics

ainsi que la densité des encres. Il permet de prévisualiser la plaque, la séquence des plieuses et les informations relatives aux massicots.

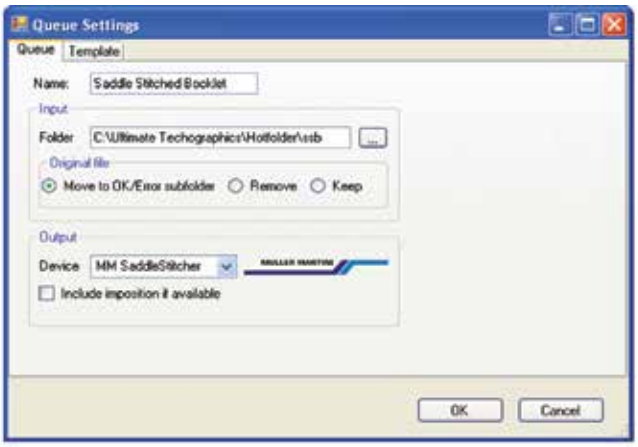
Ultimate a concrétisé plusieurs implantations de son logiciel d'imposition-finition JDF dans des équipements de constructeurs d'équipement de finition. L'un d'entre eux, Müller Martini, intègre désormais l'imposition JDF dans ses machines. « De nombreux imprimeurs ne pouvaient pas créer un flux de production standardisé CIP4 à la reliure en raison du manque de solutions capables de produire un fichier JDF incluant les spécifications de reliure », explique Peter Doyle, responsable des flux et de l'intégration chez Müller Martini.

La fin à l'engorgement

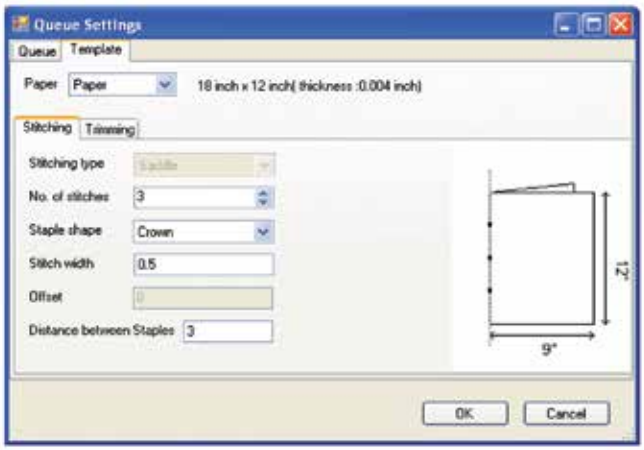
Müller Martini et Ultimate avaient une perception identique du problème et ont identifié les lacunes du processus d'imposition prépresse. Ni les systèmes de gestion de production MIS ni les logiciels d'imposition ou

[1] PrintCity (2008) Connection of Competence Digital Workflow, p. 65
[2] JMF (Job messaging format) Format de messagerie et de communication entre périphériques. Le JMF est un format de communication aux capacités multiniveaux – langage de commande et de contrôle intégré à JDF. http://www.cip4.org/document_archive/documents/glossary_fr.pdf

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**



Écran de paramétrage d'une brochure avec piqûre à cheval sur une machine de Müller Martini



Gabarit d'imposition de piqûre et de rogne, incluant les spécifications relatives aux agrafes.

de planning d'imposition fournissaient les données de paramétrage permettant la mise en fonction de l'équipement de finition dans un flux ininterrompu. Les deux sociétés constatant le besoin, Ultimate a développé son produit et a procédé à la certification CIP4 en collaboration avec Muller Martini.

« Le contrôleur est la solution au goulot d'étranglement qui survenait à la finition », dit M. Doyle, qui est un fervent adepte des systèmes ouverts. « Un tel logiciel relie les produits et les gens. Le JDF est obligatoire aujourd'hui. D'une part, il confère plus de pouvoir aux clients et éditeurs. D'autre part, il permet aux spécialistes de la finition comme nous de remonter au prépresse », précise-t-il. Il poursuit en indiquant qu'il est désormais possible de produire un livre relié avec jaquette et encart, etc., sans devoir ressaisir les paramètres de finition.

« Aujourd'hui, il ne faut plus qu'un serveur générique permettant aux opérateurs de créer les profils nécessaires, de sorte que les imprimeries intégrant un service de finition n'ont pas besoin d'acheter un module pour chaque machine », explique Joanne David, chef de la direction d'Ultimate Technographics. « Avec Ultimate Bindery, il est possible de créer n'importe quel profil pour n'importe quelle machine. Ce logiciel peut lire un fichier JDF et ajouter le profil nécessaire pour obtenir la finition voulue sans avoir à intervenir dans le processus. » M. Doyle est d'avis qu'un serveur générique et ouvert était nécessaire pour la saisie des paramètres de finition dans les fichiers d'imposition JDF de tout système prépresse.

Peter Doyle, responsable des flux et de l'intégration chez Müller Martini, devant une encarteuse-piqueuse utilisant le logiciel d'imposition JDF Ultimate Bindery

Ultimate Bindery fonctionne avec les logiciels d'imposition Impostrip d'Ultimate, Preps de Kodak et Signa Station de Heidelberg, ainsi qu'avec les systèmes prépresse fournissant une imposition JDF. Mme David explique que le client déjà doté d'un système prépresse peut simplement ajouter Ultimate Bindery afin de paramétrer tous les types de finition. « Il y beaucoup à faire à l'étape de la finition de brochures, par exemple. L'imposition doit notamment inclure la taille des agrafes, l'écart entre celles-ci et leur emplacement exact sur le document, notamment. Ces informations n'étaient pas disponibles à ce jour dans les fichiers d'imposition JDF », dit-elle.

Les commandes JDF d'Ultimate Bindery sont lues et converties vers les commandes mécaniques de la machine de finition. Ces machines, mécaniques, sont habituellement paramétrées selon un choix de configurations au moyen d'une interface utilisateur. Ces commandes ne sont pas des données JDF. Par contre, Müller Martini et les autres membres du CIP4 ont élaboré une « manière de parler en JDF » à ces commandes et ont ajouté un module, développé par chaque fabricant, qui permet de convertir les données JDF pour les commandes de leurs machines respectives. L'innovation porte donc sur les données JDF entrantes, qui sont désormais comprises par les commandes de la machine de finition.

La productivité

Le but d'un flux JDF étant d'accélérer les processus, des gains de productivité sont réalisés par la réduction des délais de production, la conservation des données de la finition, l'élimination des tâches répétitives et des erreurs humaines. « L'utilisation d'un fichier JDF réduit de plus de la moitié la préparation des encarteuses-piqueuses de Müller Martini », précise M. Doyle. ■■

France Brodeur

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

EPSON®
EXCEED YOUR VISION

Les avantages de l'impression aux solvants.

Voici la nouvelle Epson Stylus® Pro GS6000.

Conçue pour surpasser toutes les attentes en matière de qualité d'impression, la toute nouvelle Epson Stylus Pro GS6000 est également l'imprimante grand format 64 pouces « de bobine à bobine » la plus rapide de sa catégorie. Et avec notre design axé sur la rentabilité, l'utilisation quotidienne de l'imprimante est extrêmement simple, tout en établissant de nouvelles références sur le plan de la fiabilité et du faible coût de propriété. Et pour la première fois, Epson a mis au point une toute nouvelle technologie d'encre aux solvants moins nocive pour l'environnement et pour la santé des travailleurs, et qui est compatible avec pratiquement tous les supports à base de solvants.
La nouvelle imprimante est livrée avec un logiciel RIP frontal développé par ColorBurst®. Que demander de plus?
Pour plus d'informations, visitez www.epson.ca/solvant

Epson Stylus Pro GS6000 Production Edition offerte à 28 995 $

En exclusivité à : mondrian-hall

Prix de détail suggéré du fabricant. Epson, Epson Stylus et Epson UltraChrome sont des marques déposées et Epson Exceed Your Vision est un logo de Seiko Epson Corporation. Toutes les autres marques de commerce sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.
© 2008 Epson America, Inc.

ColorBurst® avec PANTONE Digital Color
EPSON ULTRACHROME GS INK

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Le **Gala Gutenberg** 2009

Le Gala est une activité qui dure toute l'année !

Le comité organisateur a déjà recommencé ses activités en vue de la tenue du prochain Gala Gutenberg qui aura lieu en avril 2009.

Une participation en hausse

Depuis près de trente ans, le Gala Gutenberg se distingue comme l'événement majeur de l'industrie des arts graphiques au Québec. Plusieurs entreprises, tant chez les imprimeurs, à titre de participants, que chez les fournisseurs, à titre de partenaires, y ont participé afin de tenter de s'y distinguer et de démontrer l'excellence de leurs produits et services.

Le comité est d'autant plus excité qu'il constate une augmentation du nombre de participants et du nombre de pièces soumises. Est-ce dû au fait que l'AAGM et toute l'industrie peuvent désormais compter sur le magazine Qi - Québec imprimerie, évidemment, réellement centré sur les besoins et les attentes des professionnels de la chaîne graphique ? J'ose croire que cela est vrai en partie, car moi et de nombreux collègues de l'industrie, nous nous reconnaissons dans ce magazine qui nous parle. Est-ce également dû au fait que nous avons un nouveau prix mis de l'avant par le magazine Qi concernant la forte créativité dans le domaine des étiquettes et que nous avons réorganisé nos catégories ? Est-ce la nouvelle structure des catégories ? Est-ce le retentissant succès de l'organisation de l'année dernière qui s'est répandu parmi les professionnels ? Ou est-ce l'esprit de confrérie qui renaît et le besoin de valorisation de notre industrie ? Bref, quelle que soit la raison de la hausse des candidatures, le comité s'en réjouit et l'industrie devrait, elle aussi, s'en réjouir.

Dans les coulisses

Le Concours Gutenberg n'est pas réservé à une élite, mais à toutes les entreprises engagées dans la production imprimée réalisée à partir d'une usine du Québec ou pour le compte d'un client du Québec.

Il est important de souligner que les prix Gutenberg sont toujours jugés par un jury québécois formé de cinq professionnels très actifs dans tous les marchés. Le système d'évaluation et de notation, sans être complexe, a été éprouvé depuis plusieurs années et se révèle efficace et surtout équitable. C'est d'ailleurs la deuxième année que le jury sera formé uniquement de directeurs et directrices de production imprimée provenant d'agences de publicité ou de studios de design reconnus au Québec. Nous croyons que leur jugement comme importants donneurs d'ordre et clients des imprimeurs apporte une crédibilité accrue aux imprimés qui doivent répondre à des exigences de qualité supérieure.

La plupart sont bien connus dans leur milieu et réputés pour leur rigueur et leur impartialité. D'ailleurs, durant l'évaluation des pièces, celles-ci sont simplement numérotées et non identifiées au nom des participants. Il est formellement entendu que tout membre du jury ayant été impliqué de près ou de loin dans la réalisation d'une pièce soumise doit le mentionner et il est automatiquement exclu du vote. La notation est alors pondérée selon le nombre de membres votants. Le jury n'a qu'un seul objectif : découvrir les plus belles réalisations.

De son côté, le comité organisateur du Gala Gutenberg a pour objectif de récompenser l'excellence et de diffuser, et évidemment partager avec ses pairs, la passion du métier en démontrant à tous le professionnalisme des Artisans qui ont participé à la réalisation des pièces lauréates.

Encore une fois cette année, bonne chance à tous et, surtout, continuez à participer en grand nombre et à soutenir le Gala Gutenberg et son partenaire média, le magazine Qi – Québec imprimerie. Ce sont votre Gala et votre magazine.

Christian Barbe
Président

Le comité organisateur du Gala Gutenberg a pour objectif de récompenser l'excellence en démontrant à tous le professionnalisme des Artisans.

Les Artisans des arts graphiques de Montréal

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

CONCOURS *Page couverture*

VOUS ÊTES UNE PERSONNE CRÉATIVE ?
VOUS RÊVEZ DE VOUS INTÉGRER ET DE PARTICIPER À L'ÉVOLUTION DE L'INDUSTRIE GRAPHIQUE ?
VOUS FAITES PARTIE DE LA RELÈVE ?

SAISISSEZ L'OCCASION DE FAIRE CONNAÎTRE ET RECONNAÎTRE VOTRE TALENT EN VOUS INSCRIVANT AU CONCOURS

« *Page couverture* » du magazine Qi – Québec imprimerie avril – mai 2009

Ce concours, organisé avec la collaboration de l'Association des arts graphiques de Montréal (AAGM) et le soutien des Papiers Atlas, s'adresse à tous les jeunes intéressés par une carrière dans l'industrie graphique, de toutes les régions du Québec.

Courez la chance d'assister à la soirée du prestigieux Gala Gutenberg, qui a lieu chaque année en avril, et profitez de l'occasion de rencontrer de futurs contacts ou employeurs.

Alors, si vous êtes cette personne créatrice, talentueuse, ambitieuse qui souhaite profiter de ce tremplin pour faire sa marque au sein de l'industrie graphique, visitez notre site **www.qi-quebecimprimerie.com** pour vous inscrire au concours et obtenir les spécifications techniques pour la réalisation de la « Page couverture de Qi - Québec imprimerie », numéro 15, avril - mai 2009.

La date limite de réception des dossiers de candidature est le 12 janvier 2009.

Le magazine Qi – Québec imprimerie est le magazine officiel du Gala Gutenberg.
Le magazine sera distribué à tous les participants de la Soirée de la remise des prix Gutenberg durant le grand Gala Gutenberg, qui réunit plus de 500 professionnels de l'industrie graphique. Le magazine Qi d'avril - mai 2009 sera également posté aux quelque 6 000 abonnés du magazine.

Comme porte-parole des quatre organismes de l'industrie (AAGM, ASP imprimerie, CSMOCGQ et ICGQ), le magazine Qi - Québec imprimerie veut stimuler l'intégration de la relève.

Bonne chance !

L'équipe de Qi

Les Artisans des arts graphiques de Montréal

Les Papiers Atlas inc.
Atlas Paper inc.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Santé et sécurité au travail : une conscience collective

Pour toute entreprise soucieuse d'assurer un milieu de travail sain et sécuritaire, des mesures préventives doivent être mises en place à chaque stade de la production.

« L'employeur doit prendre les mesures nécessaires pour protéger la santé et assurer la sécurité et l'intégrité physique du travailleur. »

Ce n'est pas d'hier qu'on se préoccupe de la santé et de la sécurité des travailleurs au Québec. La Loi sur les accidents du travail (LAT) a été adoptée en 1931, puis la Loi sur la santé et la sécurité du travail (LSST), en 1979. En 1985, la Loi sur les accidents du travail et les maladies professionnelles (LATMP) est venue réformer celle de 1931. La LSST a créé dans son sillage la Commission des accidents du travail du Québec (CAT) ainsi que la Commission de la santé et de la sécurité du travail (CSST). Depuis, on ne cesse de placer la prévention au rang des priorités.

Selon la Loi sur la santé et la sécurité du travail, il appartient à l'employeur d'assurer un milieu de travail sain et sécuritaire. « L'employeur doit prendre les mesures nécessaires pour protéger la santé et assurer la sécurité et l'intégrité physique du travailleur », peut-on lire. Par conséquent, des mesures et équipements de prévention font désormais partie d'un environnement de travail sécuritaire, qu'il s'agisse de méthodes de travail éprouvées, d'équipements de protection individuels (EPI), de supervision appropriée ou de formations permettant aux travailleurs de réaliser leur travail sans s'exposer à des risques.

L'ASP imprimerie à l'œuvre

Marie Ménard, directrice générale de l'ASP imprimerie, explique que l'Association paritaire de santé et de sécurité du travail, secteur imprimerie et activités connexes (ASP imprimerie), a été créée en 1983, à la suite d'une entente volontaire convenue entre les principales associations patronales et syndicales du secteur de l'imprimerie. Née dans le cadre de la Loi sur la santé et la sécurité du travail, cet organisme se préoccupe exclusivement de prévention, précise Mme Ménard.

Marie Ménard, directrice générale de l'Association paritaire de santé et de sécurité du travail (ASP imprimerie)

L'ASP imprimerie est une instance objective qui vise à sensibiliser les employeurs et les travailleurs sur les notions de santé et de sécurité au travail. Elle intègre donc la prévention au sein des activités courantes des entreprises au moyen d'une approche proactive et concrète. Les services qui en découlent, soit 25 formations différentes et plusieurs sources de renseignements (bulletin d'information, guides, fiches, exemples de procédures, affiches, vidéos, publications, etc.), s'adressent à l'ensemble des employés des entreprises classifiées par la CSST dans le secteur de l'imprimerie et de ses activités connexes (édition, infographie, photographie, prépresse, impression, reliure et finition). « L'ASP imprimerie offre également des services de prévention à distance qui permettent aux employeurs et aux travailleurs de réaliser en ligne des autodiagnostics et d'obtenir des bilans ou des plans

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

C'est sous ce slogan que l'ASP imprimerie souligne, en 2008, ses 25 années d'engagement à l'amélioration des conditions de santé et de sécurité du travail dans les entreprises du secteur de l'imprimerie et activités connexes. L'ASP imprimerie, née en 1983, contribue également à la rentabilité des entreprises du secteur. Il est en effet démontré que la prévention est rentable.

L'innovation et la reconnaissance

Reconnue pour son pragmatisme et soucieuse de s'adapter à la réalité des entreprises, l'ASP imprimerie fournit entre autres l'information appropriée pour comprendre les règlements et les normes en prévention. Par ses activités de formation et services de conseil et d'assistance, l'Association soutient et accompagne les entreprises et travailleurs dans le changement. C'est ainsi qu'en développant des référentiels et divers outils, l'ASP imprimerie facilite la prise en charge des activités de prévention dans le milieu de travail, par les personnes concernées. C'est notamment cette préoccupation concernant la conception de programmes et d'outils adaptés à la réalité des entreprises qui a valu à sa directrice générale, Marie Ménard, d'être invitée, en 2007, à participer à une mission du Québec en Australie, organisée par l'IRSST (Institut de recherche Robert-Sauvé en santé et sécurité du travail).

La stratégie de l'ASP de cibler d'abord les entreprises employant le plus grand nombre de personnes lui a permis d'intervenir auprès de 85 % de la main-d'œuvre en imprimerie. Afin de répondre aux besoins des plus petites entreprises et de leur faciliter l'accès aux services d'information, de formation et de conseil en prévention, l'Association offre des formations multientreprises, ainsi qu'un service Prévention@distance par le biais de son site web. Quelque 300 personnes sont abonnées à ce service.

L'ASP imprimerie publie depuis 1986 des idées de prévention réalisées dans des entreprises du secteur. À ce jour, 114 d'entre elles ont été publiées. Elles illustrent des moyens concrets qui ont permis d'améliorer des conditions de santé et de sécurité du travail, notamment en ce qui a trait à la réduction du bruit ou à l'exposition à des contaminants chimiques, à la réduction des risques de blessures musculosquelettiques ou encore à l'amélioration de la sécurité des machines.

C'est sans doute cette approche de proximité, couplée au dynamisme de sa petite équipe, qui explique que, d'année en année, l'assistance à l'Assemblée générale annuelle de l'ASP imprimerie ne cesse d'augmenter.

d'action spécifiques », ajoute Mme Ménard. Il existe également des outils de gestion concernant le partage des rôles et des responsabilités en prévention, l'établissement d'un plan d'action du comité de SST et la planification d'un programme d'accueil.

La concrétisation des efforts de l'ASP

L'ASP imprimerie atteint presque 100 % de sa clientèle grâce à son bulletin d'information. Les conseils et l'assistance dispensés par l'ASP imprimerie entre 2003 et 2007 lui ont permis d'intervenir auprès d'entreprises qui emploient 87 % de la main-d'œuvre en imprimerie.

« Face à une problématique importante en santé et sécurité du travail en imprimerie, la majorité des entreprises classifiées en imprimerie et employant 21 travailleurs et plus ont reçu un exemplaire de notre Guide sur la sécurité des machines en imprimerie », déclare Mme Ménard. Des programmes de formation de formateurs (conduite préventive du chariot élévateur et SIMDUT) ont également été mis au point.

Selon les statistiques les plus récentes de la CSST, soit de 2001 à 2006, le nombre d'accidents indemnisés dans le secteur de l'imprimerie a diminué de 26 %. Quant au nombre de jours perdus, on enregistre une diminution de 11 %, et pour le nombre de maladies professionnelles indemnisées, une diminution de 54 %. Par ailleurs, la répartition des accidents en 2006, selon les causes retenues, révèle que les postures et efforts représentent 41 %, la tenue des lieux, 24 %, les cas divers, 14 % et la machinerie, 13 %.

Anne-Marie Landry, directrice Santé, Sécurité et Mieux-être au travail, Groupe Transcontinental

Des entreprises actives en prévention

« Il n'y a pas de façon unique de faire. Les entreprises ne sont pas toutes au même niveau en matière de santé et de sécurité et ne disposent pas toutes des mêmes ressources (humaines et financières) », enchaîne Mme Ménard. Selon Anne-Marie Landry, directrice de la santé, de la sécurité et du mieux-être au travail pour le Groupe Transcontinental, les approches sont multiples.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

« L'implantation du programme de prévention par chacune des entités, le programme d'audit mesurant la performance et la prise en charge de la SST-ME, la formation, le soutien direct aux entités, la communication, l'information, les programmes de reconnaissance en santé, sécurité et mieux-être et la promotion du mieux-être sont autant d'éléments qui soutiennent notre volonté d'offrir et de maintenir un environnement de travail sécuritaire », précise Mme Landry.

Michel Payeur, directeur de production pour les Compagnies du Groupe Data, usine de Drummondville, a travaillé à la mise sur pied d'un programme de prévention. « Ce programme nous a permis d'accomplir beaucoup, mais il en reste à faire », dit-il. Il note néanmoins de nettes améliorations et prévoit continuer à travailler dans ce sens.

À l'échelle de l'entreprise, Transcontinental a mis en place une équipe qui s'occupe de tenir les différentes usines du groupe à jour quant au respect des différentes réglementations et des nouvelles tendances. Cette équipe audite régulièrement chaque entité et recommande ensuite des processus d'amélioration. « Nous travaillons aussi en étroite collaboration avec l'ASP imprimerie qui nous a aidés à former un formateur en interne et nous a fourni le matériel didactique nécessaire à une bonne formation », explique Daniel Beaulne, directeur de production chez Qualimax, division de Transcontinental, située en Outaouais.

Daniel Beaulne, directeur de production chez Qualimax, division de Transcontinental

Phanie Ouimet, responsable SST chez Emballage Alcan, établie à Lachine, renchérit : « Nos efforts consistent, entre autres, à nous assurer d'allouer les ressources nécessaires afin de garantir le bon maintien de nos procédures. À titre d'exemple, le coordonnateur SST anime les cinq premières minutes de la réunion de production quotidienne du matin pour assurer le suivi des observations notées par les différents services. »

La réaction syndicale

Les syndicats sont d'emblée favorables à la prévention en santé et sécurité du travail. Selon Mme Landry, il existe une bonne collaboration entre les représentants des employés et la direction des entités de Transcontinental. « Chaque partie a pour objectif d'offrir et de maintenir un environnement de travail sécuritaire. Toutes les entités de Transcontinental doivent mettre en place un comité de santé, sécurité et mieux-être fonctionnel. De plus, les membres contribuent aux efforts de prévention de Transcontinental en participant à la création d'un environnement de travail sécuritaire. Les membres du comité sont des représentants des employés et des représentants de la direction », dit-elle. M. Beaulne ajoute que ses employés ne sont pas syndiqués et que les relations sont très harmonieuses.

Le syndicat de Groupe Data appuie totalement la démarche prévention et apporte une aide précieuse dans l'implantation de différents programmes, fait observer M. Payeur. Mme Ouimet estime que les initiatives de santé et sécurité déployées en entreprise sont généralement reconnues. « Le président du syndicat et les délégués sont conscients que l'employeur met tout en œuvre pour réduire le risque. Cependant, il arrive qu'ils perçoivent certaines règles comme des contraintes bien qu'elles aient pour but de réduire les risques », défend-elle.

Phanie Ouimet, responsable SST, entourée d'employés d'Emballage Alcan, à Lachine

Michel Payeur, directeur de production pour les Compagnies du Groupe Data, usine de Drummondville

Il ressort que les employés tout comme l'employeur reconnaissent qu'ils ne peuvent passer outre les notions de santé et de sécurité au travail. D'ailleurs, l'ensemble de démarches en prévention nécessite à la fois l'engagement de l'employeur et de ses employés. ■■

Valérie R. Charbonneau et Nycole Messier

C'est pour rendre hommage à la créativité des employés du secteur et pour promouvoir et valoriser leurs réalisations en matière de prévention que l'ASP imprimerie a lancé le Prix graphiprévention en 1989. Ce trophée a été décerné à 20 entreprises depuis sa création. En 2008, Transcontinental Métropolitain a mérité le prix fort convoité pour son projet visant la réduction des blessures musculosquelletiques.

2008	Transcontinental Métropolitain
2007	Groupe Data Granby
2006	Industries Ling-Warwick
2005	Transcontinental Métrolitho
2004	Quebecor Lebonfon
2003	Transcontinental Interglobe Montréal
2002	Winpak Heat Seal
2001	Transcontinental Louiseville
2000	La Presse Ltée
1999	Transcontinental Interglobe Montréal
1998	Logidec
1997	Étiquettes Lawson Mardon Montréal
1996	Entreprises Dominion Blueline
1995	Transcontinental Drummondville
1994	Emballages Somerville
1993	Quebecor LaSalle
1992	Reliure spirale plastique
1991	Service de pliage Aubin
1990	Publication CCH FM
1989	Services graphiques Southam Paragon

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Les encres à séchage UV : à utiliser avec précautions

Bien que le séchage UV soit avantageux à plusieurs égards, il n'est toutefois pas sans danger pour la santé des travailleurs.

Le séchage des encres sous rayonnement ultraviolet (UV) est un procédé relativement répandu en flexographie. Il est considéré comme une solution de rechange intéressante aux procédés traditionnels. On l'apprécie parce qu'il ne produit aucune émission de composés organiques volatils (COV), tout en permettant de réaliser des économies d'énergie et d'augmenter la productivité.

Trois sources pouvant occasionner des risques pour la santé ont été identifiées : les matériaux UV (p. ex. : liants, pigments, photoinitiateurs), les rayonnements UV (source d'énergie pour le séchage) et l'ozone (un dérivé des rayonnements UV).

Le tableau qui suit résume les risques et les mesures préventives qui y sont associées[1].

Dangers	Types d'exposition	Risques pour la santé	Mesures de prévention
Matériaux UV Les encres UV sont composées de substances pouvant être irritantes et allergisantes	Contact	Irritation Sensibilisation Photosensibilisation (réaction de la peau suivant une exposition aux rayons UV)	Choix de substances moins toxiques Systèmes mécaniques de transvasement Équipements de protection individuelle (ÉPI) : gants, lunettes, etc. Procédures de travail Formation
	Inhalation de brouillard d'encre ou d'émanations	Irritation des voies aériennes supérieures (bouche, nez, pharynx, larynx) Sensibilisation	Ventilation locale sur les presses
Ozone L'ozone est un gaz hautement réactif ayant un effet irritant	Inhalation	Irritation des yeux et des voies aériennes supérieures (bouche, nez, pharynx, larynx) Maux de tête	Système de ventilation locale pour les équipements UV
Rayonnement UV Les effets sur la santé sont variables selon l'intensité des rayons, la distance de la source et la durée d'exposition	Cutanée	Inflammation de la conjonctive (yeux) Affection cutanée Système immunitaire	Recouvrement de la source UV relié à un système à interverrouillage ÉPI (gants, lunettes, etc.) Formation

À ces risques s'ajoute celui lié à l'utilisation de solvants lors du nettoyage des presses. Cette tâche nécessite le port d'équipements de protection individuelle (ÉPI) et le recours à des procédures de travail appropriées afin d'éviter, notamment, les risques d'irritation ou d'assèchement de la peau.

Les entreprises du secteur de l'imprimerie ayant recours aux encres à séchage UV devraient prendre régulièrement la mesure des contaminants tels que les UV, l'ozone et les émanations des préparations UV pour s'assurer de l'efficacité de leurs mesures de prévention. À cet effet, le Règlement sur la santé et la sécurité du travail (RSST) article 43 précise que tout établissement qui emploie 50 travailleurs et plus et où la concentration de gaz, fumées, vapeurs, poussières ou brouillards dans l'établissement excède ou est susceptible d'excéder les normes prévues à l'annexe 1 à un poste de travail doit mesurer la concentration de ces gaz, fumées, vapeurs, poussières ou brouillards au moins une fois l'an.

Denise Laganière

[1] *Procédé de séchage aux ultraviolets dans l'imprimerie - risques et mesures de prévention*, Romdhane, Habib, 1998

Les entreprises utilisant des encres à séchage UV devraient mesurer régulièrement les contaminants tels que les UV, l'ozone et les émanations des préparations UV.

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

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Un **regard** positif et **éclairé** selon Pazazz

Warren Werbitt, fondateur et chef de la direction de Pazazz, dirige son entreprise comme un vélo de course, en étudiant les virages et en choisissant le meilleur angle.

« Une planification centrée sur l'imprimerie et non sur le cycle économique sera plus porteuse pour l'avenir d'une entreprise. »

L'imprimerie Pazazz a fait beaucoup de bruit dernièrement. D'abord par sa vidéo primée montrant l'enthousiasme de l'imprimeur face à son métier, puis par l'acquisition d'une nouvelle presse KBA grand format et, enfin, l'emménagement dans de nouveaux locaux.

Qi : Compte tenu de la conjoncture, comment pouvez-vous demeurer aussi passionné ?
Warren Werbit : J'ai confiance en l'imprimé. J'unis ma voix à ceux qui soutiennent que l'imprimé est ici pour rester. Il est possible de demeurer indépendant face aux conditions économiques. Il ne faut pas oublier que l'économie est une cyclique. La planification ne doit pas être fondée sur les cycles, mais sur une vision à long terme.
Qi : Comment ne pas être nerveux malgré tout ?
WW : Tout est une question d'attitude. Vous savez, la pression engendre la pression. Alors, une planification centrée sur l'imprimerie et non sur le cycle économique sera plus porteuse pour l'avenir d'une entreprise. Si un imprimeur est capable de planifier dans des conditions difficiles quand le prochain cycle démarrera, il pourra évoluer avec plus de confiance. Il aura fait les bons choix d'investissement et aura déployé le bon environnement pour ses collaborateurs.

J'ai fait partie d'un groupe de jeunes entrepreneurs (le programme de mentorat YEA : Young Entrepreneur Association) où des gens d'affaires venaient nous donner des conseils et nous inspirer. J'ai retenu deux choses de ces années du début de ma carrière : il ne faut pas perdre de vue l'efficacité et il faut s'entourer de personnes meilleures que soi dans leur domaine. La responsabilisation au sein d'une entreprise est importante, car les compétences des collaborateurs sont gages de succès.
Qi : Il n'en reste pas moins qu'au jour de cette entrevue, les nouvelles à la radio et dans les autres médias sont assez alarmantes...
WW: Je ne comprends pas cette panique. Nous vivons un cycle et devons maintenir le cap de sa planification. Il faut continuer de répondre à des besoins et demeurer efficaces. Enfin, il faut être encore plus inventifs.
Qi : Il y a beaucoup de mouvements dans l'industrie, les fabricants s'associent, fusionnent, etc. Y a-t-il des répercussions sur votre entreprise ?
WW : Cela ne nous influence pas tellement. J'aimerais préciser que je ne suis pas le partenaire des fabricants et fournisseurs de l'industrie. Un partenaire investit dans mon entreprise. J'entretiens plutôt une relation amicale. C'est en tant qu'ami que je fais affaires, car cet esprit permet de partager les connaissances et de mieux négocier. Dans les relations d'affaires, il faut galvaniser et favoriser les relations.
Qi : Vous avez utilisé YouTube pour promouvoir l'imprimé. Vous avez recouru à un support électronique pour déclarer votre passion de l'imprimé...
WW : Oui, pour la globalité de sa diffusion. J'ai ensuite reçu des centaines de courriels d'imprimeurs du Canada et du monde qui m'ont demandé d'utiliser ma vidéo pour la présenter à leurs employés ou simplement pour me faire part de leurs bons commentaires, comme dans une confrérie. Je privilégie

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

l'esprit de partage tout comme je privilégie la multiplication des utilisations. L'imprimerie est devenue multiple dans ses façons d'utiliser les procédés et les différents médias électroniques et traditionnels.

Qi : L'automatisation peut être synonyme de productivité, mais aussi de perte d'emploi. Qu'en pensez-vous ?

WW : L'automatisation peut en effet avoir un impact sur le personnel. Je crois cependant qu'il s'agit d'un transfert de personnel, car l'imprimerie a besoin d'autres personnes pour exécuter plus de tâches. La polyvalence du personnel est à l'ordre du jour afin de pouvoir déplacer plus facilement les postes. Par ailleurs, l'automatisation complète d'une chaîne nécessite un plus gros volume de travail et du personnel pour veiller à la production. À cet effet, nos deux récentes acquisitions (étiquettes et impression numérique grand format), ainsi que notre nouvelle presse avec vernis aqueux et UV nous ont permis d'ajouter des services.

Qi : Quelle importance occupe le développement durable chez Pazazz ?

WW : Il y a longtemps que nous avons adopté une politique de développement durable, et nous sommes le premier imprimeur indépendant au Québec à détenir la triple certification dans la chaîne de traçabilité (PEFC SFI et FSC). Les imprimeurs sont cependant plus sensibles à la question environnementale que les clients. C'est pourquoi nous formons nos représentants des ventes afin de les informer.

Qi : Toute l'industrie n'a pas le vent dans les voiles, y a-t-il des moyens de s'en sortir ?

WW: Évidemment, les petits imprimeurs souffrent davantage de la situation. Il est cependant essentiel de maintenir un esprit critique et pratique. Il faut également examiner sa manière de négocier avec les clients et adopter un modèle de rationalisation. De nos jours, l'impression numérique est plus concurrentielle. Si les imprimeurs ne combinent pas les procédés, ils y perdront. Prenons l'exemple de l'impression d'un catalogue, si l'éditeur décide de cesser sa publication, les ventes chuteront. C'est là où le numérique intervient positivement. Il n'y a jamais eu autant d'impressions depuis l'avènement d'Internet. Certains imprimeurs disent que le numérique aide leur entreprise, d'autres non. En fait, il faut réaliser le bon équilibre en fonction de son entreprise.

Qi : Vous venez d'investir un montant substantiel dans du matériel de pointe et avez emménagé dans de nouveaux locaux. Vous devez avoir un solide plan d'affaires ?

WW : Notre nouvelle presse KBA Rapida 142 au format 40 x 56 po, 6 couleurs avec vernis UV et aqueux nous permet de pénétrer le marché des imprimés surdimensionnés en impression UV. Nos divers investissements élargissent notre offre, nous faisant pénétrer de nouvelles niches de marché. Tout cela s'inscrit dans notre plan d'affaires, dans notre vision d'avenir afin d'imprimer sur de multiples supports et en de multiples formats, sous de multiples formes.

Warren Werbitt, fondateur et chef de la direction de Pazazz

Il faudrait davantage cultiver l'ouverture d'esprit dans l'industrie. Tellement de gens se sentent frileux dans la situation actuelle. Il est important d'entretenir de bonnes relations avec les clients. Il ne faut pas vendre l'imprimé comme une marchandise ou un produit banalisé. Il ne faut jamais sacrifier l'impression ni réduire les prix, il faut continuer d'être rentable et un des moyens de le faire est d'investir dans les gens et dans l'équipement. ■■

France Brodeur

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 ?

Bruno Vincent : Je suis directeur adjoint de production ou assistant directeur de production chez Graphiques Pentagone. Mon travail est principalement un travail de coordination de la production. La fonction me demande de jongler avec les différentes ressources disponibles, telles que la main-d'œuvre, les équipements et les matières premières, dans le but d'obtenir les meilleurs délais de production au moindre coût. De plus, je suis responsable de l'approbation des bons à tirer sur les presses et du contrôle de qualité en cours de production. J'occupe aussi la position de gardien de but lors de l'ouverture des dossiers de production pour assurer que les demandes des clients seront respectées, mais aussi que les différents travaux sont réalisables techniquement. Finalement, je fais l'achat de pièces, de service de sous-traitance et de certaines matières premières. Évidemment, nous sommes constamment à la recherche de la meilleure qualité au meilleur prix.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Analyse de métier

Pressier sur presse flexographique

En publiant cette analyse, le CSMO CGQ jette les bases d'un programme d'apprentissage ciblé.

Cette analyse de métier décrit l'ensemble des fonctions, des tâches et des activités effectuées par ceux qui exercent le métier de pressier sur presse flexographique. C'est à partir du métier tel qu'il est exercé dans les entreprises de notre secteur en 2008 que la définition suivante du métier de pressier sur presse flexographique a été retenue : Les pressiers sur presse flexographique font fonctionner une presse utilisant le procédé flexographique permettant d'imprimer sur différents supports, tels que les films plastiques, les cartons ondulés, le papier, l'aluminium, etc. La personne qui exerce ce métier peut travailler avec différents types de presses adaptés aux supports et pouvant inclure un équipement de conversion en ligne. Le travail se fait individuellement ou en équipe. On retrouve dans le métier différents domaines : le carton ondulé, les étiquettes et l'emballage et dans une moindre mesure l'impression sécuritaire (billets de loterie).

La présentation du résultat de cette analyse de métier s'articule autour de trois axes : 1) l'inventaire des fonctions, des tâches et des activités liées à l'exercice du métier; 2) les éléments essentiels des profils des compétences nécessaires à l'exercice de ce métier et 3) les principales tendances en matière de développement qui marquent l'exercice du métier ou le marqueront au cours des prochaines années.

En ce qui a trait aux tendances sur le plan de l'évolution et du développement, les facteurs de changement pris en considération pour ce métier sont de deux ordres : technique et organisationnel.

Les principaux facteurs de changement identifiés sont les suivants :

- La concurrence vive incite les entreprises utilisant des presses flexographiques à améliorer leur productivité et à réduire leurs coûts de production, notamment en informatisant et en automatisant leurs équipements.
- Ces changements d'ordre technologique permettent de réduire le temps de préparation et de mise en train, de produire plus rapidement en raison de l'accroissement de la vitesse d'impression et d'améliorer la qualité du produit imprimé.

Par ailleurs, ces changements entraînent :

- Une évolution du métier orientée vers une dimension technique et technologique, faisant ainsi atténuer la dimension manuelle du métier ;
- Un enrichissement du métier par l'ajout de tâches de nature informatique ;
- Un accroissement des besoins de formation concernant la maîtrise des compétences liée aux matières premières, à l'informatique et à l'électronique ;
- Une simplification ou une réduction de certaines tâches parce qu'elles sont prises en charge par des systèmes automatisés ;
- Une complexification et une abstraction plus élevée des tâches en raison de l'apparition d'un tableau de commande entre le pressier et la presse.

De plus, l'organisation du travail de même que la qualité des résultats d'impression sont modifiées par l'arrivée du mode d'impression en quadrichromie, ainsi que par une importance croissante accordée à l'assurance-qualité.

Christian Gendron

P.S. : Le résumé de l'analyse du métier de pressier sur presse flexographique est offert gratuitement aux entreprises et aux associations de travailleurs qui en feront la demande au Comité sectoriel des communications graphiques.

Pour plus d'informations veuillez contacter Christian Gendron, chargé de projets senior au comité sectoriel des communications graphiques.
Téléphone : 514-387-0788 ou par courriel : cgendron@communicationsgraphiques.org

Les facteurs de changement du métier de pressier sur presse flexographique sont d'ordre technique et organisationnel.

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

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

La reconnaissance professionnelle

Quand le bonheur des uns fait le bonheur des autres.

En septembre, le Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec (CSMO CGQ), en partenariat avec Emploi-Québec, a organisé un événement pour souligner la réussite des apprentis et des compagnons qui ont participé à des formations grâce aux Programmes d'apprentissage en milieu de travail (PAMT), offerts par le CSMO CGQ et Emploi-Québec. Une centaine de personnes s'étaient donné rendez-vous au Centre d'histoire de Montréal, dans le Vieux-Montréal.

Cet événement, organisé par Linda Gosselin, chargée de projet pour la valorisation des PAMT au CSMO CGQ, avait également pour but d'annoncer le lancement de trois PAMT sur les métiers de pressier sur presse sérigraphique, presse flexographique et presse offset à feuilles deux couleurs.

La cérémonie de remise des certificats, qui avait lieu pour la première fois, a été précédée de brèves allocutions. Ainsi, le coprésident patronal du Comité sectoriel, André Houde, a salué la performance des membres des comités de travail composés d'experts pour la publication d'une vingtaine de programmes d'apprentissage dans autant de métiers depuis 2001. Stéphane Daigneault, vice-président syndical du Comité sectoriel, a souligné l'importance de faire reconnaître les compétences au moyen d'un diplôme. « Ces programmes sont bons autant pour les plus anciens employés que pour les nouveaux. En cas de mise à pied, de départ ou d'autres raisons, ils facilitent le transfert », estime-t-il.

Selon Michel Cliche, directeur général du Comité sectoriel, les programmes ont pris une envergure formidable, plus d'une quarantaine de métiers ayant été analysés à ce jour. Le CSMO CGQ a rencontré 1 400 entreprises de l'industrie graphique, et un nombre croissant d'employeurs et de travailleurs profitent des PAMT pour faire face à la compétition.

Les PAMT s'appuient sur le principe de la transmission des compétences d'un travailleur expérimenté à un apprenti. Un projet de valorisation des PAMT a été mis sur pied afin de mieux faire connaître ce type de formation et de rejoindre les quelque 40 000 travailleurs potentiels de l'industrie.

Sandra Pageau, directrice par intérim du Secrétariat de la Commission des partenaires du marché du travail, remplaçant Marjolaine Loiselle, présidente du Secrétariat retenue par une mission à l'étranger, renforce l'importance de valoriser et de promouvoir la formation. Elle précise que, depuis douze ans, les efforts du Comité sectoriel ont mené à la signature de plus de 850 ententes de qualification dans le cadre de PAMT.

Stéphane Daigneault, vice-président syndical du Comité, Sandra Pageau, directrice par intérim du Secrétariat de la Commission des partenaires du marché du travail, Michel Cliche, directeur général et secrétaire exécutif du Comité sectoriel, André Houde, coprésident patronal du Comité sectoriel

« Par cette certification, leurs compétences [des travailleurs] sont reconnues officiellement par une sanction d'État », déclare Mme Pageau. « Par l'inclusion du " Cadre de développement et de reconnaissance des compétences de la main-d'œuvre " au sein de la Loi favorisant le développement et la reconnaissance des compétences de la main-d'œuvre, le gouvernement du Québec reconnaît que la qualification de la main-d'œuvre constitue

« Transférer ma passion du métier, je ferais ça tous les jours ! »

Doris Métivier, directrice de la finition Sisca et compagnie PAMT

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

En septembre, un certificat de compétence a été remis à 26 travailleurs accompagnés de leur compagnon. (Dans le désordre) Éric Lahaie et Gaétan Lenoir, Pazazz ; Guylaine Thibault et Lise Girard, Concept Danat ; Chantale Bessette et Daniel Bourgeault, Concept Danat ; Normand Fournier et Alain Girard, Gibraltar ; Fanny Dignard et André Paré, Gibraltar ; Ronald Guérin et Roger Bourgeois, Imprimerie H.D.F. ; Anouk Desnoyers et Gabriel Daigle, Au Point Reprotech ; Zakariaa Mzireg et André Paiement, Imprimerie Maxime ; Steeve Brin d'Amour et Robert Martel, Transcontinental ; Richard Martel et Jocelyn Lalonde, Transcontinental O'Keefe ; Sébastien Bureau-Landry et Richard Bourret, Imprime-Emploi ; Jamal Raouh et Katen Patel, Entreprise M'Plast ; Vicky Caron et Doris Métivier, Sisca

un enjeu majeur pour le développement économique », ajoute-t-elle.

Les employés qui ont achevé leur programme d'apprentissage, accompagnés de leur compagnon qui les a guidés tout au long du processus, rayonnaient de joie. Les raisons invoquées pour leur engagement dans un PAMT allaient du perfectionnement personnel, à l'occasion de changer de secteur, à la progression dans l'entreprise, au raccrochage professionnel et à l'approfondissement des connaissances.

Les certificats obtenus par les apprentis sont aussi le résultat de la qualité du soutien accordé par les compagnons, dont la joie était tout aussi grande. Doris Métivier, directrice de la finition chez Sisca, dit : « Transférer ma passion du métier, je ferais ça tous les jours ! On parle moins de la finition que de l'impression, pourtant, la carte qu'on coupe passe dans des mains importantes. Le PAMT offre une belle reconnaissance à l'apprenti et lui permet de monter dans l'entreprise. »

L'événement de Montréal était précédé, pour qui le souhaitait, d'une visite de l'exposition du Petit Musée de l'impression.

Au moment de mettre sous presse, une autre cérémonie de remise de certificats de compétence était planifiée pour la région de Québec. Elle s'est déroulée le 20 novembre, au Musée des beaux-arts du Québec. ■■

PrintCity a 10 ans

PrintCity
connection of competence

Les acheteurs d'imprimés et les médias recherchent de plus en plus des prestataires qui peuvent collaborer sur des projets complexes. Au sein du groupe PrintCity, ces prestataires ne font pas que collaborer, ils partagent leurs connaissances de diverses manières, notamment sous forme de publications, séminaires, expositions, rencontres et Internet. PrintCity Alliance est née en 1998 et a célébré son 10e anniversaire lors de la drupa 2008. Ses activités et son influence ont pris de l'ampleur au fil des ans.

Selon Rainer Kuhn, directeur général de PrintCity, aujourd'hui, la collaboration et le réseautage sont essentiels à la survie de l'industrie. Lors de sa première sortie publique, à la drupa 2000, les systèmes ouverts étaient le thème de l'heure, et seuls les membres de PrintCity ont pu montrer comment construire un processus complet de flux. C'est sur ce fond de collaboration que des projets interindustries et des séminaires ont été mis sur pied pour approfondir les connaissances sur les occasions offertes par le marché. Les membres utilisent les forces de l'approche de PrintCity Alliance pour se faire reconnaître comme partenaire compétent et fidèle d'un client, non pas comme simple fournisseur de machines, de pièces, de matériaux ou de services.

PrintCity a établi son siège à Augsbourg, Allemagne, en 2001. Lors de l'IPEX 2002, l'organisme a livré son premier atelier Print Factory, présentant le premier flux JDF avec partenaires multiples. Puis, à la drupa 2004, il a créé un environnement JDF réunissant cinq

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

usines. À la drupa 2008, PrintCity avait mis sur pied des Centres de compétences sur le transpromo, la protection de la marque, l'emballage alimentaire, l'impression UV et offset à valeur ajoutée, l'intégration, ainsi que l'impression et l'électronique. Par la suite, les projets et séminaires PrintCity se sont multipliés, de même que les publications : impression optimisée sur presse feuilles, pratiques d'excellence en impression numérique, impression à valeur ajoutée des journaux, manuel de ressources et rapport sur le développement durable. Pour en savoir davantage : www.printcity.de. ■■

Visite **historique**

Le Petit Musée de l'impression

Qi a fait partie d'un groupe de 21 personnes curieuses de visiter Le Petit Musée de l'impression dans le cadre de l'Exposition Montréal d'idées et d'impression. Le nom du musée suscitant de nombreux commentaires, Michel Desjardins, président du Petit Musée, explique pourquoi on a choisi de l'appeler de l'impression et non de l'imprimerie. « Pour interpeller les jeunes », répond-il. Selon les fondateurs, le nom est plus susceptible d'attirer les jeunes de tous horizons graphiques. Le Petit Musée a pour mission de faire découvrir l'histoire montréalaise et les patrimoines d'hier et d'aujourd'hui encore présents dans notre environnement quotidien.

Michel Desjardins, l'un des instigateurs et guide du Petit Musée de l'impression, et Fleury Mesplet, devant le kiosque faisant la promotion du Petit Musée

Le petit circuit

La visite débute à l'extérieur de l'ancienne caserne de pompier, place D'Youville, dans le Vieux-Montréal, par une rencontre avec Fleury Mesplet, premier imprimeur de Montréal. Puis, M. Desjardins dirige la petite troupe dans les rues et ruelles avoisinantes. Il offre, tout au long de la promenade, de généreux commentaires historiques afin de contextualiser l'établissement de la première imprimerie.

Fleury Mesplet voulant s'établir au cœur de la ville, l'emplacement rue de la Capitale à l'angle de la ruelle Chagouamigon est choisi en 1776. Dans les années 1680, c'était l'endroit où les marchands du Fort Chagouamigon, sur les rives du lac Supérieur, échangeaient leurs produits quand ils venaient à Montréal. Fleury de Mesplet a publié le premier journal littéraire et le premier périodique d'information.

Puis, on nous entraîne rue Saint-Nicolas chez Lovell Litho & Publications, imprimerie fondée en 1835, puis reconstruite après un incendie majeur en 1885. C'est dans ce bâtiment historique, la plus ancienne imprimerie toujours en activité à Montréal, que l'on a reconstitué l'atelier de Fleury Mesplet. Lovell était la plus importante imprimerie de l'époque, où on a commencé à imprimer des annuaires. À partir de 1862, on a commencé à y imprimer des annuaires avec des tirages croissants d'année en année. Puis, signe des temps, le dernier annuaire a été publié en 2007.

On a pu y voir des objets ainsi que de la machinerie conservés sur place depuis plus d'un siècle, dont une presse en bois du type utilisée par Mesplet, des casiers de lettres et d'anciennes plaques. Des panneaux d'information décrivaient chaque pièce exposée.

Durant tout l'été, plus de 2 000 visiteurs ont eu la chance de découvrir le patrimoine de l'imprimerie au cœur du Vieux-Montréal, là où Émile Nelligan a été imprimé. Souhaitons longue vie au Petit Musée de l'impression. ■■

France Brodeur

[1] *Hustak Alan (2006) Le Vieux-Montréal à pied*

Lisez la critique de

1776 : Naissance de l'imprimerie et de la liberté d'expression à Montréal

Sous la direction de Jacques G. Ruelland
Édité par Le Petit Musée de l'impression (2008)

Dans le prochain Qi (14) sous Qi - impression livres

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Le **Forum** de **l'impression numérique de Montréal**, une première **couronnée de succès** !

L'impression numérique de livres et transpromo gagne du terrain.

Le nombre des participants qui a assisté au Forum témoigne d'un grand intérêt pour le domaine de l'impression numérique.

Plus de 150 participants ont assisté au Forum de l'impression numérique de Montréal, le 2 octobre dernier. Organisé par InterQuest, cabinet d'études et de conseil spécialisé dans le domaine de la publication et de l'impression numérique, en partenariat avec l'ICGQ et avec le soutien du magazine Qi - Québec imprimerie, le Forum s'articulait autour d'études de marché récentes menées par InterQuest. Il comportait deux volets, chacun composé de conférences et de tables rondes réunissant des experts venus apporter un éclairage sur les différents thèmes des conférences. La partie consacrée à l'impression numérique de livres a attiré des éditeurs, imprimeurs de livres et centres d'impression numérique. La deuxième partie portant sur l'impression transpromo (transactionnelle/promotionnelle) et le publipostage a particulièrement intéressé les professionnels du publipostage, ainsi que les spécialistes du marketing et de la communication imprimée.

« En combinant les résultats des recherches d'InterQuest et les témoignages d'experts issus de milieux diversifiés, nous avons réussi à offrir un portrait complet qui vient confirmer la réussite de l'implémentation du numérique,dans tous les marchés qui ont été couverts par le Forum de Montréal », dit Gilles Biscos, président d'InterQuest.

La corrélation avec le marché

Durant la journée, les participants ont pu visiter les stands informatifs des commanditaires de l'événement durant les pauses : Böwe & Howell, Canon, Cascades, CGI, HP, KBR, Kodak, Nipson, Objectif Lune, Océ, Ricoh, Riso, Transcontinental et Xerox.

« Objectif Lune se voue à l'impression numérique de contenus variables depuis toujours. Il était donc tout à fait naturel pour nous d'être présents à un tel forum, surtout qu'il se passait à Montréal. Nos solutions s'inscrivent tout à fait dans le secteur en croissance du transactionnel/transpromo », dit Daniel Lefebvre, directeur régional des ventes, Objectif Lune.

Gilles Biscos, président d'InterQuest, accueille les participants du premier Forum de l'impression numérique de Montréal. (Photo : Jocelyn Jacques)

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Selon Michel Beauchamp, directeur régional des ventes, Kodak Canada, le forum a été à la fois instructif et nécessaire pour aider les imprimeurs à comprendre où se dirige l'industrie. « Comme Kodak est activement engagée dans le numérique, il était important pour nous d'être présents. Cependant, plutôt que de mettre l'accent sur nos produits, nous avons fait la promotion de la mise en marché, autrement dit, comment faire de l'argent en impression numérique », fait-il observer.

En participant à des événements rassembleurs comme le Forum InterQuest, Canon désire encourager les imprimeurs à joindre le numérique dans le cadre de son offre. « L'investissement de Canon dans la presse numérique imagePRESS témoigne de l'engagement de Canon envers ce marché en transformation, qui connaît une croissance certaine », dit David Bergeron, directeur Régional des ventes, Graphique et Production, Division des Solutions d'affaires, Canon.

Pour HP Indigo, l'association à un tel forum était également naturelle. « Nous avons des clients majeurs au Québec qui utilisent nos presses Indigo pour l'impression de livres (couleur et noir et blanc), ainsi que pour l'impression de pièces de marketing individualisées. La croissance des imprimeurs passent par le virage à l'impression numérique, et HP Indigo soutient ses clients dans cette transition et encourage la tenue de tels événements pour éduquer les imprimeurs ainsi que leurs clients », déclare David Genest, directeur de Compte, Est du Canada, HP.

Il était important pour CGI d'être présent au premier Forum de l'impression numérique de Montréal étant donné que sa division de Gestion et impression de documents d'affaires propose aux différents acteurs de l'industrie une expertise dans la gestion de données transactionnelles et des technologies numériques. « La technologie numérique permet à CGI d'offrir une grande souplesse à sa clientèle et lui permet de repousser les limites du service personnalisé », dit Jean-Claude Gadbois, Conseiller de direction, Gestion et impression de documents d'affaires.

Enfin, le Forum a fourni à InfoPrint Solutions une occasion unique de rencontrer de nouveaux clients, parmi lesquels plusieurs ne commencent qu'à s'intéresser à l'impression numérique. « Nous avons pu leur présenter nos forces en impression de production transpromo et de livres afin de pouvoir les accompagner quand ils se lanceront en production d'imprimés numériques », estime Shaun Clare, conseiller en vente, InfoPrint Solutions.

Un auditoire captivé lors des différentes conférences (Photo : Jocelyn Jacques)

L'impression numérique de livres

Premier conférencier de la journée, Michel-Carl Perron, vice-président production de Chenelière Éducation, est spécialiste de l'édition et de la production imprimée depuis plus de 25 ans. Sa présentation exposait les avantages et les défis que pose l'impression numérique pour le plus grand éditeur francophone de manuels scolaires en Amérique. « À l'heure actuelle, nous réalisons la moitié de nos impressions en numérique. Ce choix s'avère souvent plus rentable lorsque nous imprimons de petits tirages qui répondent à des besoins précis. Il nous permet, entre autres, d'augmenter la cadence d'exécution des travaux, d'éliminer les étapes du prépresse et de réduire de façon considérable la durée de vie des stocks. »

Plusieurs participants ont interrogé M. Perron sur l'avenir du manuel imprimé, qui doit désormais faire face à la concurrence que lui oppose le livre électronique. M. Perron se montre plutôt confiant : « Dans le milieu scolaire, le livre de base demeure très en demande. Le matériel numérique tend plutôt à apporter un support complémentaire à l'étudiant ou à l'enseignant. »

Martin Cournoyer, Directeur Général de l'entreprise Transcontinental Métrolitho, Robert Legault, conseiller au Groupe CPI, et Serge Loubier, président de Marquis Imprimeur, se sont entretenus, lors d'une première table ronde, sur la mesure des avantages de l'impression numérique de livres, ce qui a permis de faire la lumière sur la perspective des imprimeurs. M. Cournoyer est venu confirmer les propos de M. Perron. Il soutient en effet que le passage au numérique permet d'éliminer plusieurs étapes de production en plus d'être un choix responsable. « Il s'agit non seulement d'une transition rentable, mais écologique, puisqu'elle entraîne une baisse importante de la perte de papier et nous permet de réduire la quantité de produits chimiques que nécessite le travail d'impression. » Il souhaite en arriver éventuellement à l'impression de livres uniquement en numérique.

Serge Loubier, spécialiste de l'impression de livres en courts et moyens tirages, a pour sa part livré un témoignage très dynamique, teinté d'humour et de sincérité. Il est convaincu que ses clients ne peuvent faire la différence entre un livre imprimé en offset et un livre imprimé en numérique tant la qualité de l'impression numérique s'est améliorée. Sa vision de l'avenir du livre est très pragmatique. « L'imprimé doit aujourd'hui rivaliser avec du matériel numérique de haute

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Table ronde sur l'impresion de livres à la demande (de g. à dr.) : Serge Loubier, président, Marquis Imprimeur, Martin Cournoyer, directeur général, Transcontinental Métrolitho, Robert Legault, conseiller, CPI Group, et Gilles Biscos, président, InterQuest (Photo : Jocelyn Jacques)

technologie. Il est donc crucial pour les imprimeurs et les éditeurs de miser sur la qualité de leur produit, car il y aura toujours de la place dans les bibliothèques pour de beaux livres », soutient-il.

Richard Cadrin, vice-président de l'imprimerie Les Impressions Credo, établie à Lévis, a apprécié la pertinence des informations fournies : « La plupart des observations émises par les conférenciers viennent confirmer les tendances que j'observe dans notre entreprise. » Roberto Puchol, responsable de la production à l'entreprise Les Copies de la Capitale, basée à Québec, ajoute : « Ce type d'événement nous permet de rester à la page des nouvelles tendances et d'acquérir des connaissances qui nous aident à faire évoluer notre domaine. »

Guy Leclerc, responsable de la programmation chez St-Joseph Documents, fait remarquer que son imprimerie fait déjà de l'impression transactionnelle, « mais nous débutons dans l'impression numérique de livres. Nous étions donc soucieux d'en apprendre davantage, et le Forum nous a permis d'approfondir nos connaissances. »

L'impression transpromo

Une deuxième table ronde a accueilli des prestataires de services publipostages ainsi que des utilisateurs d'entreprises. Éric Azara, président de Varibase, Robert Handfield, président de la Maison Roy, Roger Blanchette, président du Groupe Quadriscan, et Mathieu Péloquin, vice-président, Marketing Product Lines, de Sélection du Reader's Digest y ont exposé les applications, occasions et défis de l'impression couleur personnalisé.

Table ronde sur le publipostage (de g. à dr.) : Mathieu Péloquin, vice-président, Marketing Product Lines, Sélection du Reader's Digest, Eric Azara, président, Varibase, Roger Blanchette, président, Groupe Quadriscan, et Gilles Biscos, président, InterQuest (Photo : Jocelyn Jacques)

Éric Azara s'est entretenu sur l'intégration de l'impression numérique au sein de son entreprise. Son expertise s'étend de l'impression pure au publipostage marketing, ce qui lui a permis d'établir un bon parallèle entre ces deux champs de compétences. « J'ai reconnu dans l'auditoire plusieurs imprimeurs avec lesquels je fais affaire », dit-il. « Compte tenu des problèmes conjoncturels et structurels auxquels leur industrie est actuellement confrontée, les imprimeurs n'ont pas toujours le temps d'aller au devant des nouvelles tendances de leur marché. Ce forum leur offre une très bonne occasion de rajuster le niveau de leurs connaissances. »

La dernière table ronde de la journée portant sur l'impression transactionnelle promotionnelle en numérique a donné lieu a des échanges entre Roger Castonguay, président de Synapse.com, Michel Girardeau, directeur Solutions & Développement d'affaires chez CGI, et Sylvie Laferrière, chargée de projets au Fonds de solidarité FTQ.

Mme Laferrière s'est intéressée aux nouvelles technologies d'impression dans le cadre de la mise en œuvre de projets marketing divers produits pour la FTQ : carnets d'actionnaires, trousses de bienvenue aux nouveaux actionnaires, etc. Elle a partagé sa vision, de gestionnaire en institution financière utilisant des services d'impression numérique dans la réalisation de ces projets. « Selon moi, un virage réussi vers l'impression en numérique se

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

fait à pas comptés, dans le cadre de petits projets pilotes. Il faut d'abord se familiariser avec la nouvelle technologie qui implique des processus différents, approfondir ensuite sa connaissance de cette technologie pour arriver ultimement à en vanter les mérites en interne. C'est ainsi qu'on amène son entreprise à l'adopter pour des projets de plus grande envergure. »

« L'impression transpromo a particulièrement attiré mon attention, étant donné que nous travaillons sur ce concept sur une base régulière avec, par exemple, le Fonds de Solidarité du Québec », explique Denis Payette, directeur de comptes, RR Donnelly, de Montréal. « Le Forum était fort enrichissant, toutefois, mon souhait serait de voir davantage de gens directement reliés au marketing y assiter afin de bien leur faire comprendre les avantages d'un tel procédé, sans oublier le volet écologique pour lequel de plus en plus de gens portent attention. »

Un bilan positif

Michel Girardeau note un intérêt indéniable pour le numérique à en juger par le nombre de personnes présentes. « La formule de ce Forum a permis aux participants aussi bien qu'aux intervenants de découvrir d'autres applications de l'impression numérique qui leur sont peut-être moins connues », estime-t-il.

« Le Forum m'a permis de prendre le pouls de l'industrie de l'impression numérique, de bien cerner ses défis et occasions. Fujifilm étant un fournisseur majeur de l'industrie, il est indispensable pour nous de bien comprendre où se situent les artisans du nouveau monde des communications », soutient Martin Dubois, directeur comptes nationaux, Fujifilm Canada.

Les organisateurs, Gilles Biscos et Toby Cobrin, directrice d'InterQuest, se sont dit très satisfaits de cette première initiative à Montréal. « Nous sommes enchantés du déroulement de la journée. Le nombre de participants que nous avons accueillis témoigne d'un grand intérêt pour le domaine de l'impression numérique. Nous aimerions que ce Forum devienne un événement annuel incontournable pour l'industrie québécoise. » ■■

Mylène Augustin
et France Brodeur

Total Print
Un **salon** qui a mis l'accent sur la **finition** et les **services**

À la mi-octobre avait lieu à Londres le salon graphique Total Print. Ce changement de nom reflète la réorientation de l'ancien salon Digital Print, soit l'intégration et l'optimisation de la chaîne graphique. Il est axé sur les technologies numériques et offset complémentaires, les logiciels, la finition et les services. L'exposition a permis de voir les produits et les logiciels annoncés ou présentés comme prototypes à la drupa. Voici un échantillon de ce qu'on y a présenté.

Tirer parti de son équipement

De nombreux exposants étaient présents non pas avec de l'équipement, mais des conseils pour tirer parti de leur investissement numérique ou classique. Xeretex et Bytes Technology, revendeur et partenaire de Xerox respectivement, étaient parmi ceux qui proposaient des modèles d'affaires et l'exploitation de segments spécialisés du marché.

La pelliculeuse Mini 52 TPM (thermique, retiration (perfector), magnétique) d'Autobond peut pelliculer une ou deux faces de la feuille en une seule passe, ou pelliculer une face et appliquer une pellicule magnétique sur l'autre. Autobond prévoit une forte croissance pour ce type de produit qui permet de créer des aimants de frigo, cartes de visite ou cartes promotionnelles aimantées. La gâche de départ se limite à deux ou trois feuilles et la machine accepte des supports dont le grammage est compris entre 90 et 650 g/m².

Dans cette catégorie de commercialisation, il y avait aussi une multitude de solutions de soumission de commandes via le web. Le nouveau flux Helix de Canon s'inscrit dans cette gamme. Canon montrait comment Helix automatise et rationalise la production imprimée depuis la soumission via le web ou le dossier client jusqu'à l'impression finale sur un ou plusieurs dispositifs. Le flux Helix est basé sur la suite uniFlow Output Manager de NT-ware pour environnements d'impression d'entreprises et centres de copie. Les dernières versions de flux de production comme la version 2 de PrintGroove de Konica Minolta ou la version 2 de XMF de Fujifilm ont retenu l'attention de nombreux visiteurs.

La présence de Sharp avait pour but d'accroître sa visibilité dans le segment de l'impression de production en noir et blanc. Selon Felicity McKnee, responsable Systèmes d'impression de production, l'impression en volumes élevés dans les grandes entreprises est en croissance. « Sharp voulait combler l'écart et offrir aux entreprises qui disposent déjà

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

En plus de ses différents flux de production, Canon présentait au marché anglais sa dernière imprimante numérique de production légère ImagePRESS C1+ avec toner transparent, qui permet d'ajouter des effets à valeur ajoutée comme des finis métallique, mat et brillant à la page imprimée.

des écrans Sharp dans leur salle de conférence des dispositifs d'impression de faible encombrement en interne. Pour nous, il s'agit d'une évolution naturelle », dit-elle. « Nous fabriquons des dispositifs multifonctions depuis 1997, mais l'année dernière, nous avons mis au point une imprimante à grande vitesse. Nous visons particulièrement les environnements de production des grandes entreprises, centres de copie et services de communication », ajoute-t-elle.

Les dispositifs multifonctions Sharp MX-M1100 et MX-M950 impriment 110 et 95 pages par minute respectivement et acceptent des supports jusqu'à 300 gm². Elles offrent une alimentation papier en 8 configurations acceptant 8 050 feuilles. La vitesse de numérisation atteint 120 images par minute. Elles sont équipées de nombreuses options de finition.

Une offre variée

Presstek avait mis l'accent sur les solutions écologiques avec le lancement de son nouveau CtP Vector FL52 pour plaques métalliques sans chimie. Les plaques écologiques Freedom Pro, Anthem Pro et Autora étaient également en vedette.

Konica Minolta avait construit un stand rétro classique en noir et blanc autour d'un piano pour promouvoir ses solutions d'impression de production en noir et blanc.

Konica Minolta a misé sur le noir et blanc, notamment avec l'imprimante bizhub Pro 1200, qui vient d'être commercialisée après son lancement à la drupa. Elle peut générer jusqu'à trois millions de pages par mois dans une qualité d'impression supérieure. L'imprimante modulaire peut adopter 18 configurations selon les besoins de façonnage de l'entreprise. Nick Hancock, responsable du développement commercial, Division impression de production pour Konica Minolta, indique que le toner se présente sous forme de particules très fines qui renferment l'huile dans la particule, d'où le gain de qualité. « De nos jours, les clients cherchent davantage la qualité au lieu de la vitesse », dit-il.

Heidelberg montrait comment la valeur de la technologie Anicolor et d'un flux JDF entièrement intégré avec Prinect Digital Print Manager permettait d'optimiser l'efficacité économique. Digital Print Manager étant doté de connexions bidirectionnelles, il peut se connecter aux machines de Canon, HP, Kodak et Xerox. Ceci permet aux chaînes numériques de bénéficier des mêmes avantages de préréglage et de données qu'en offset. Une Speedmaster SM 52-4+L, la presse phare Heidelberg au Royaume-Uni qui est désormais compatible avec les couleurs Pantone et spéciales, était mise de l'avant.

Oki Printing Solutions a présenté son système d'épreuves pour étiquettes en courts tirages, Degrava DP8500.

La finition

Caslon présentait pour la toute première fois sa gamme complète de solutions d'estampage, d'impression thermographique et de découpe de cartes pour petits et moyens tirages. Ses machines HighPrint pour la thermographie utilisent une encre qui demeure ouverte, facilitant l'embellissement du produit imprimé, et FoilTech pour l'estampage sans matrice, pouvant fonctionner à partir d'un fichier PDF.

Clinical, spécialiste de la finition d'imprimés miniatures, a lancé ses nouveaux outils d'information pour applications marketing et plans. Ce type de produits devrait se multiplier étant donné que le brevet original est arrivé à sa fin. Les solutions de pliage et de reliure abondaient, certaines laborieuses, d'autres comme les nouvelles emboîteuses Casematic XT ou la gamme Fasbind d'Ashgate accéléraient les étapes. Watkiss démontrait sa technologie inusitée de reliure dos carré avec agrafes SquareBack pour brochures et manuels d'un maximum de 200 pages.

La société Creasy a lancé son support de découpe destiné aux imprimantes HP Indigo. La base est un papier Gallery de M-Real, qui reçoit une couche spéciale pour la production de feuilles prérainurées destinées à des applications PLV, marketing et emballages. Blanc Canvass a présenté sa gamme de supports Tex2ure pour impression jet d'encre.

Sur un fond de croissance du marché transpromo, l'exposition comptait de nombreuses solutions logistique et d'envoi postal. La présence dominante de solutions de façonnage en ligne et hors ligne à Total Print Expo se voulait une réponse à l'objectif d'intégration et de valeur ajoutée. ■■

France Brodeur

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Nouveau **concept d'emballage** papier

Burhs 4000 DPW

Buhrs a mis au point une machine d'enveloppage et de personnalisation en fonction des produits à emballer.

La Buhrs 4000 DPW permet de créer des enveloppes à la volée.

L'emballage papier, ou la création d'enveloppe pour un produit, permet de produire des emballages personnalisés. Ce type d'emballage convient particulièrement aux documents transpromo. Il permet en effet de fabriquer l'enveloppe du document transactionnel et de joindre des messages publicitaires ou de marketing personnalisés. Ainsi, l'impression en ligne et le pliage des enveloppes (emballage papier) contribuent à l'efficacité des publipostages.

La machine Burhs 4000 DPW (Dual Paper Wrapping System) est capable de produire deux enveloppes par cycle, grâce à deux lignes de production parallèles. La machine peut produire 36 000 enveloppes à l'heure à vitesse linéaire de 18 000 cycles par heure. En mode simple, utilisant une seule ligne, elle produira 18 000 enveloppes par heure.

Cette machine haute vitesse est conçue pour accélérer le traitement des envois postaux. En effet, contrairement à l'insertion dans des enveloppes toute faites, il est possible d'envelopper du matériel plus épais et volumineux. De plus, les formats de papier ne sont plus limités aux formats des enveloppes standard.

La machine accepte des bobines préimprimées de papier d'enveloppage ou l'imprime directement en sortie de presse. La bobine de papier d'emballage préimprimée est refendue en machine, créant des lignes jumelles d'enveloppes. Les margeurs positionnent les produits sur chaque ligne d'enveloppage. La machine accepte en outre des encarts extérieurs, comme d'autres imprimés, des cartes de carton ou de plastique ou des petits objets promotionnels.

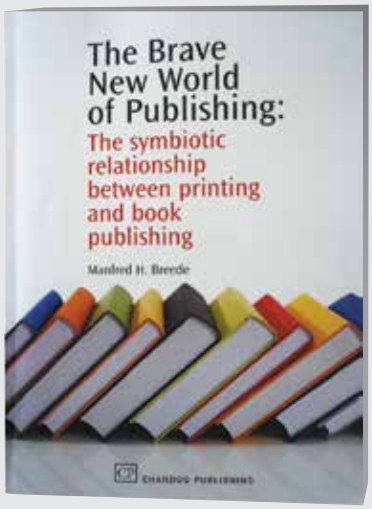
L'enveloppeuse Burhs 4000 DPW peut créer des enveloppes classiques ou sans patte extérieure, de même que des enveloppes à fenêtre. Une fois enveloppés, les produits franchissent une barrière d'éjection où ils sont livrés en un flux deux poses pour l'impression jet d'encre en ligne et l'empilage.

L'impression en ligne permet à la société qui procède à l'envoi postal d'ajouter une valeur créative au produit. La nouvelle machine comprend, en option, un module d'emballage modifié qui peut traiter deux bandes de papier en parallèle. Une rallonge aux margeurs permet d'accueillir deux produits sur une piste d'enveloppage. L'utilisateur peut donc choisir entre l'emballage papier en mode double et l'emballage papier ou polyester en mode simple.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

Le « brave monde » de l'industrie graphique

L'évolution de l'imprimerie vue par l'impression du livre



Manfred H. Breede (2008). The Brave New World of Publishing: The « symbiotic » Relationship Between Printing and Book Publishing. Chandos Publishing, Grande-Bretagne. 194 p.

www.chandospublishing.com

En 1450, du temps de Gutenberg, la population mondiale n'était que de 400 millions. En 1950, lors de l'invention de l'offset, elle atteignait environ trois milliards. En 2008, au moment où la population dépasse les 6,7 milliards, de nombreux procédés numériques ont vu le jour avec la possibilité de remplacer toutes les méthodes de production de livres.

Ces données donnent le ton du nouveau livre de Manfred Breede qui constitue une mine d'informations historiques et techniques. L'auteur, fils d'imprimeur et imprimeur lui-même avant de faire carrière en enseignement dans une école professionnelle, puis à l'université Ryerson de Toronto, s'est taillé une place enviable de spécialiste dans l'industrie. Il présente le développement de la technologie de communication dans le contexte général du changement technologique et culturel. Nous sommes rendus à une ère où le livre se voit concurrencer par des formes de communication non papier, dit l'auteur, mais pourquoi a-t-il encore un avenir en dépit des avantages des médias électroniques ? C'est à cette question que répond Manfred Breede tout au long d'un ouvrage concis et riche en enseignement.

Malgré toutes les évolutions techniques et technologiques, depuis l'invention du papier à l'automatisation de la reliure et à la finition, l'architecture du livre est demeurée inchangée. Pour la première fois dans son histoire, le jet d'encre et l'impression laser (électrophotographique), ainsi que les nouvelles formes de communications pourraient donner naissance à de nouveaux produits et un nouveau souffle à l'édition de livres. La technologie moderne ramène la production de livres à ses origines, puisqu'il est désormais possible de produire un seul exemplaire, comme au temps des livres manuscrits, mais à la différence de l'instantanéité de la production. Cette possibilité donne lieu à une utltrasegmentation des genres en édition, laquelle limite les tirages. L'impression numérique n'est pas encore un procédé d'impression générale, mais de niche, la majorité des livres étant imprimés en offset. Manfred Breede prévoit la coexistence des deux procédés pour un bon bout de temps.

Les innovations technologiques ont toujours eu des répercussions sur le monde de l'édition, et celles que l'industrie subit actuellement changeront les habitudes de lecture et d'achat des lecteurs et la hiérarchie de création, de production et de communication des éditeurs. L'auteur parle du caractère éphémère de l'information sur le web, qui solidifie la nature du livre.

Manfred Breede constate que les innovations techniques se sont toujours accompagnées de réduction de prix. Aujourd'hui, la rapidité de production a réduit le coût d'un livre à un douzième du prix d'un livre manuscrit. Il compare le prix des plaques des différents procédés et configurations de presses pour l'impression de livres en offset feuilles et rotative, et présente des statistiques de production des 20 dernières années. Une analyse comparative des coûts entre l'impression traditionnelle et numérique.

Au fil des siècles, les innovations techniques se sont toujours accompagnées de réduction de prix. Aujourd'hui, la rapidité de production a réduit le coût d'un livre à un douzième du prix d'un livre manuscrit. L'auteur fait place à des analyses comparatives de coûts. Il fait également ressortir les avantages de l'impression numérique en regard du nouveau modèle d'offre et de demande. Enfin, il compare la rentabilité, la qualité d'impression et de reliure de différents dispositifs numériques.

L'hétérogénéité de la population favorise l'impression numérique, mais ne signe pas l'arrêt de l'impression traditionnelle. Pour Manfred Breede, la plus grande menace aux livres n'est pas la technologie, mais l'éducation.

France Brodeur

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

calendrier

décembre 2008 ▪ février 2009

Séminaires de l'ICGQ

Adobe Illustrator CS3	1er, 8 décembre
Adobe InDesign CS3 – Avancé	2, 9, 16 décembre
Adobe Photoshop CS3 – Traitement de l'image	12 au 14 janvier
Chaîne graphique	21, 28 janvier 4, 11, 18, 25 février
Chaîne graphique intensive	15 au 19 décembre
Contrôle de la qualité en flexographie	5, 12 décembre
Contrôle de la qualité en impression offset	5, 12 décembre
Création d'animations et de sites Web dans Flash CS3	11, 13, 18, 20, 25, 27 mars
Création de sites Web avec Dreamweaver CS3	11, 13, 18, 20, 25, 27 février
Création publicitaire	4, 11, 18, 25 novembre 2 décembre
Encres, papiers et solutions de mouillage	17, 31 janvier
Formats de fichiers et contrôle en amont (preflighting)	10, 17 décembre
Gestion et direction artistique	21, 28 novembre 5, 12 décembre
Initiation à la méthode G7 : technique de calibration basée sur l'équilibre des gris	4 décembre
Introduction à la couleur et à la spectrophotométrie	18, 19 décembre
Introduction à la Suite Créative CS3 d'Adobe	6 février
Le choix ultime d'un papier : ce qu'il faut savoir	4, 11 décembre
Le client, le cœur de l'équipe	16, 23 février
PDF sans problème !	16, 23 janvier
QuarkXPress 7.3	4, 11 décembre
Résolution de problèmes - impression offset	13 décembre
Travail d'équipe : se connaître, échanger et performer ensemble	1er, 8 décembre

Salons et conférences à surveiller

INTERGRAPHIC 2009
Le rendez-vous des fournisseurs et prestataires de la filière graphique
Paris, 13 — 15 janvier 2009
www.intergraphic.biz

PAPTAC/ATPPC EXFOR et le Congrès annuel
Congrès de l'Association technique des pâtes et papiers du Canada
Montréal, 3 — 4 février 2009
https://paptac.org

GRAPHISPAG DIGITAL 2009
Salon international du prépresse, de l'imprimerie et des technologies numériques et graphiques
Barcelone, 11 — 14 février 2009
www.graphispag-digital.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

PRINTING SOUTH CHINA
Salon international des industries du prépresse et de l'imprimerie
Guangzhou, 3 — 6 mars 2008
www.printingsouthchina.com

On Demand Digital Printing & Publishing
Salon des solutions pour l'imprimerie professionnelle
Philadelphie (Pa), 30 mars — 4 avril 2009
www.ondemandexpo.com

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **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 13** – décembre 2008 **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

Epson 26, 27
Heidelberg C2
Papiers Atlas (Les) 17
Papiers Coast C4
Encart Hostmann-Steinberg
Encart ICGQ

A

Adobe 13, 14, 17
Apex 16
Ashgate 44
Ateliers TAQ 22
Au Point Reprotech 38
Autobond 43

B

Baldwin 20, 22
Blanc Canvass 44
Böwe & Howell 40
Buhrs 45
Bytes Technology 43

C

Canon 40, 41, 43, 44
Cascades 40
Caslon 44
Creasy 44
CGI 40, 41, 42
Chenelière Éducation 41
Clinical 44
Coca Cola 11
Compose System 14
Concept Danat 38
Copies de la Capitale (Les) 42

D

Duplo 24

E

Emballage Alcan 32
Emballage St-Jean 13
Emballage Somerville 32
Empire LA 11, 12, 16
Entreprises Dominion Blueline 32
Entreprise M'Plast 38
Epson 14
EskoArtwork 13, 14, 15, 17
Étiquettes Lawson Mardon Montréal 32

F

Fischer & Krecke 13
Flexotecnica 16
Fujifilm 43

G

Gibraltar 38
Graphiques Pentagone 35
Groupe CPI 41, 42
Groupe Data Granby 32

H

Hantscho 21
Heidelberg 24, 25, 44
Horizon 24
HP 40, 41, 44

I

Impressions Credo (Les) 42
Imprime-Emploi 38
Imprimerie H.D.F. 38
Imprimerie Maxime 38
Industries Ling-Warwick 32
Industries Pro-Pals 11
InfoPrint Solutions 41
Innotech 22
InterQuest 40, 41, 42, 43
IPC Innovator and Sampling Innovations 21

J

Johnson & Johnson's 11

K

KBA 34, 35
KBR Graphique 40
Kodak 15, 16, 25, 40, 41, 44
Konica Minolta 43, 44
Kraft 11

L

La Presse 32
Logidec 32
Lovell Litho & Publications 39
Lusher 15

M

MacDermid 15
Maison Roy 42
Marquis Imprimeur 41, 42
Megabloks 11
Microsoft 19
Mimaki 16
Morgana 22
M-Real 44
Müller Martini 4, 24, 25
Multipak 12, 13

N

Nipson 40
NT-ware 43

O

Objectif Lune 40
Océ 40
Oki 44
Opaltone 11, 12, 13

P

Pazazz 34, 35, 38
PCMC 13
Polar 24
Précigrafik 19
Presstek 44
Publication CCH FM 32

Q

Quadriscan 42
Qualimax 32
Quark 13
Quebecor 32

R

Reliure express 4
Reliure spirale plastique 32
Ricoh 40
Riso 40
Robatech 22
RR Donnelly 43

S

Scheffer Web Finishing 20, 21, 22
Screen 15
Sélection du Reader's Digest 42
Service de pliage Aubin 32
Sharp 43, 44
Sisca 37, 38
St-Joseph Documents 42
Southam Paragon 32
SpotOn! 9
Synapse.com 42
Sytern.com 4

T

The Wire 21
Transcontinental 19, 20, 21, 22, 31, 32, 38, 40, 41, 42

U

Ultimate Technographics 24, 25

V

Valco Melton 22
Varibase 42

W

Watkiss 44
Western Printing Machinery 22
Williamson 10
Windmoeller & Hoelscher 13
Winpak Heat Seal 32
Wohlenberg, 24

X

Xanté 17
Xeretex 43
Xerox 22, 40, 43, 44
X-Rite 15

Y

YouTube 34
Yum Yum 12
Yves Rocher 20, 21, 22

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 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

La **sécurité** et la **contrefaçon**

Marché en constante évolution, il y a autant de types de sécurité qu'il y a de variables en imprimerie.

Peu importe le type ou le procédé d'impression, il existe plusieurs moyens d'augmenter le niveau de sécurité d'un imprimé.

Dans le monde de la contrefaçon, aussitôt qu'un produit est sur le marché, et parfois même avant que le produit ne soit sur le marché, il est copié. C'est une course continuelle entre les fabricants, qui ajoutent des éléments sécuritaires à leur imprimé, et les faussaires, qui doivent les copier.

Les types de sécurité

Un système d'identification des types de sécurité a été mis de l'avant. Les différents niveaux de sécurité sont ainsi classés en deux catégories : visibles à l'œil et non visibles à l'œil.

Les éléments visibles à l'œil (directement observables) comprennent :

- des hologrammes apposés sur l'imprimé
- des microtextes (lettres de moins de 3 points)
- des encres en relief qui ajoutent de la profondeur à l'imprimé
- des filigranes ajoutés au papier
- des encres thermochromiques (sensibles aux variations de température)
- des encres optiquement variables qui changeront de teinte selon l'angle d'observation de la couleur
- des encres photochromiques ou métamériques dont la couleur variera si on les observe sous différents types de lumière
- etc.

Il est important de noter que les effets visibles à l'œil nu ne doivent pas être photocopiables pour être sécuritaires.

Les éléments non visibles à l'œil nu (non directement observables) comprennent :

- des encres fluorescentes, visibles uniquement sous lumière UV
- un traceur ajouté à l'encre ou au papier, décelable avec un détecteur infrarouge ou UV.
- des fibres luminescentes ou planchettes ajoutées au papier
- des encres réagissant lorsqu'elles sont frottées avec une pièce de monnaie
- une filigrane imprimée visible uniquement sous un certain type de lentille
- etc.

Pour augmenter le niveau de protection d'un imprimé, il faut combiner plusieurs types de sécurité en incluant, de préférence, des éléments visibles et invisibles. Un imprimé qui ne comporte qu'un seul type de sécurité n'est que partiellement protégé.

Une protection accrue

En imprimerie, peu importe le type ou le procédé d'impression, il existe plusieurs moyens d'augmenter le niveau de sécurité d'un imprimé. Ainsi, il est relativement aisé d'ajouter un élément visible et un élément non visible à l'imprimé en fonction du procédé d'impression choisi. Par exemple, il est facile d'ajouter des traceurs comme éléments non visibles dans l'encre sérigraphique ou flexographique. Il sera, par contre, plus difficile de le faire pour l'encre offset, car les traceurs sont souvent de grosses particules. Plus les particules sont grosses, plus il sera difficile de les transférer en impression offset. En offset, on choisira plutôt un papier intégrant déjà un traceur au lieu de l'ajouter à l'encre. L'ajout d'un élément visible en offset pourra être une encre formulée pour changer de couleur sous différents types de lumière, tandis qu'en sérigraphie et flexographie, n'importe lequel des éléments visibles mentionnés plus haut peut être utilisé.

Pour bien protéger un document, il faut du temps, l'association de niveaux de sécurité visible et non visible et plusieurs types d'éléments sur le même document. Il est aussi important d'informer son client que plus le niveau de sécurité souhaité est élevé, plus le délai est long (pour se procurer le matériel) et plus la facture est élevée.

Karine Lapointe

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **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 adressant 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 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**

En affaires, quand vient le temps de mettre des idées sur papier, il faut plus qu'un crayon.

Qui répond à vos besoins

Papier Coast vous offre plus que du papier et un crayon.

On vous en offre des solutions, en grand nombre. Vous pouvez compter sur nous pour vous proposer des solutions efficaces et pertinentes à tous vos besoins et occasions d'affaires.

Engagée à simplifier vos affaires

Informez-vous sur nos produits et services, tel que :

- Nos équipements et fournitures pour impression grand format incluant imprimante, encre et médias
- Notre gamme complète d'équipements et de fournitures d'art graphique.
- Nos produits industriels, tels les produits d'emballage, d'entretien et de sécurité
- Notre service d'échantillonnage et maquette de papier sans pareil
- Nos solutions de papier écologiques
- Nos sessions de formation sur le papier, sur mesure, ainsi que les applications et certifications environnementales

Papier Coast

Une division de Paperlinx Canada Limité

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

www.coastpaper.com

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro 13** – décembre 2008 **tous droits réservés ©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement**