Québec imprimerie

Optimisme élevé sur le secteur des étiquettes

Les bienfaits du partage

L'électronique imprimée

Les logiciels libres – partie 1

expédition

La rentabilité jusqu'au bout

Numéro 24 février-mars 2011 5,95 $

Le magazine des professionnels de la chaîne graphique

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

GRAFI'COM FORMATION
MUTUELLE DE FORMATION DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES

> Des formations de qualité à prix avantageux !

En ADHÉRANT à Grafi'Com Formation, vous accéderez à des formations de qualité développées et orchestrées par l'ICGQ et ce, au tarif de 60 $ par jour de formation, par employé participant.
Le salaire de vos employés sera même remboursé !*

SESSION HIVER 2011

Formations offertes	Dates	Prix Membres	Prix Réguliers
L'estimation efficace : d'abord une bonne analyse des coûts	24 février	60 $	440 $
Gestion d'une équipe de travail	22 et 23 mars	120 $	790 $ + tx
Vendre l'impression à données variables	28 avril	60 $	440 $
Spectrophotométrie et gestion de la couleur	26 mai et 2 juin	120 $	735 $

Ces formations ont lieu à l'Institut des communications graphiques du Québec

> La formation n'a jamais été aussi accessible !

*Certaines conditions s'appliquent, communiquez avec nous pour tous les détails.
Réalisé grâce au programme québécois de soutien aux mutuelles de formation.

- De la formation subventionnée
- De la formation dans votre région
- Des formateurs experts agréés
- Comme si vous aviez un responsable de la formation chez vous
- Une identification des besoins dans votre entreprise
- Remboursement des salaires des employés participants

Ne tardez plus, inscrivez-vous dès maintenant

Stéphanie Bissonnet au 514.387.0788 ou
sbissonnet@communicationsgraphiques.org

www.communicationsgraphiques.org/mutuelle

8150, boul. Métropolitain Est, bureau 350, Montréal (Québec) H1K 1A1 | T 514 387-0788 | 1 877 387-0788 | F 514 387-9456

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

www.communicationsgraphiques.org
www.icgq.qc.ca

INSTITUT DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES DU QUÉBEC

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

éditorial
Le capital de connaissances **5**

image
L'essor des logiciels libres **6**

expédition La rentabilité jusqu'au bout 8

industrie
Peu importe la taille **14**
Optimisme élevé sur le secteur des étiquettes **22**
Une corne d'abondance **28**

intégration
L'électronique imprimée
L'impression au service de la technologie de pointe **16**

initiatives
Robert Charlebois
imprimé dans nos mémoires pour une bonne cause **18**

imagination
Les bienfaits du partage **32**

innovations
Du statique au dynamique **34**
Des papiers pour Prosper **36**

ingéniosité
L'impression sur surfaces inégales **42**

Artisans des arts graphiques de Montréal 24
Association paritaire de santé et de sécurité du travail 20
Collège Ahuntsic 13
Institut des communications graphiques du Québec 26

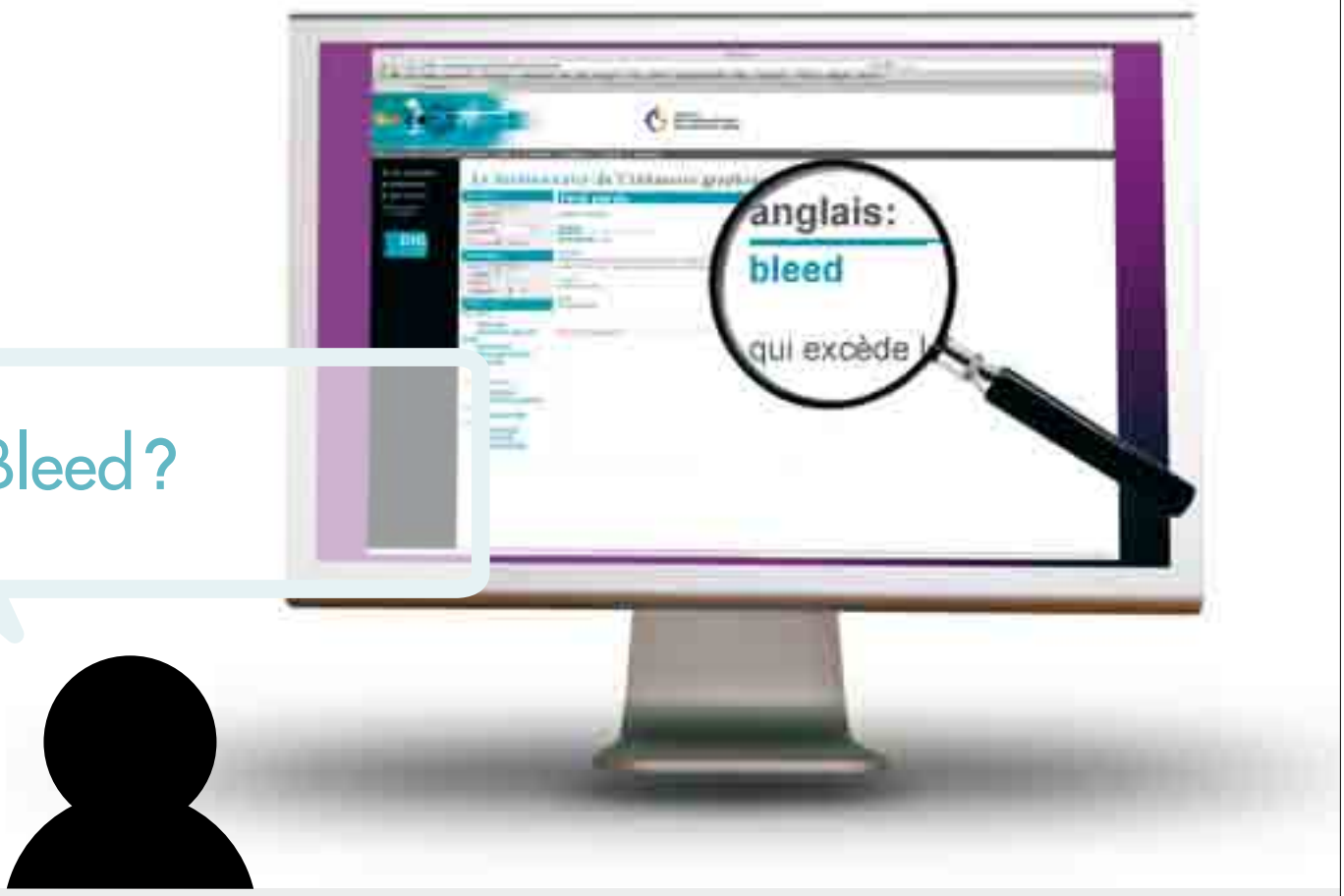
Calendrier 39

sommaire

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

DIG
Le dictionnaire
de l'industrie graphique

Découvrez le nouveau **Dictionnaire de l'industrie graphique** !



L'Institut des communications graphiques du Québec a le plaisir de vous présenter le nouveau portail de recherche terminologique consacré au vocabulaire de l'industrie graphique.

Nouveau lieu commun de terminologie, le DIG vous offre un contenu à jour et validé par plusieurs experts de l'industrie graphique.

En quelques clics vous pouvez désormais accéder à plus de 2 000 termes techniques en français et en anglais, répertoriés dans les domaines de la flexographie, du prépresse et de l'impression numérique.

Pour y accéder :

www.icgq.qc.ca

Office québécois de la langue française
Québec

En partenariat avec l'Office québécois de la langue française

INSTITUT DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES DU QUÉBEC

En collaboration avec la terminologue et traductrice France Brodeur

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Le **capital** de **connaissances**

La transformation de l'industrie amorcée il y a une vingtaine d'années est irréversible. L'automatisation et le numérique sont bien installés chez les prestataires de services d'imprimerie. Le marketing est devenu une expertise nécessaire à tous les stades de la production imprimée. La virtualité fait aussi son chemin de diverses manières.

Tous ces sujets ont d'ailleurs fait l'objet de séminaires ou de conférences l'automne dernier. En fait, il y avait tellement d'activités que le nombre de pages manque pour les couvrir toutes systématiquement. Nous y reviendrons, cependant, car ces événements forment la nouvelle trame de l'industrie.

La qualité des interventions à chacun des événements était telle que l'on explique mal l'absence des professionnels de l'industrie graphique. Il semble y avoir un chaînon manquant chez ces professionnels, qui laissent un petit nombre de leurs confrères progresser à pas de géant en se tenant à l'affût des nouveautés et en planifiant pour l'avenir. Les salons de l'industrie sont des événements connus et peut-être moins fréquentés, ces temps-ci. Frank Romano, dans son allocution sur l'avenir de l'imprimerie, à Print World, de Toronto, notait que, par rapport à 1995, année où l'imprimerie atteignait son sommet, le tiers des entreprises a disparu.

Par ailleurs, les conférences gagnent en popularité, mais il reste des efforts à faire pour vous attirer vous, les professionnels de l'industrie. Les sujets détaillés et les interventions de qualité, les groupes de discussion sont autant d'occasions qui vous sont données pour progresser et suivre le rythme du développement de l'industrie. Des colloques de calibre international sont une autre source de développement entrepreunarial. Que se passe-t-il ailleurs dans le monde ? Comment évolue-t-on dans la sphère électronique et imprimée ? Les explications livrées par des experts ouvrent la porte à de nouvelles opportunités ou, au moins, ouvrent les yeux sur ce qui s'en vient. Dix ans après la sortie des livres électroniques (liseuses), on est au début des développements. « La liseuse devient un écosystème de transfert d'information. Elle pourra communiquer avec les ordinateurs, téléviseurs et téléphones intelligents », nous apprend Michael Irzyk, de Nempotic, qui a présenté une analyse approfondie de ce marché lors du colloque ePaperworld.

Le capital de connaissances est devenu un différentiateur entre les entreprises. InfoTrends indique que 2011 sera une année de croissance pour l'industrie graphique. Selon ses études et prévisions, le marché de l'affichage et du graphisme augmentera de 10 milliards de dollars entre 2010 et 2014, soit un taux de croissance annuel composé de 4 %. Pour sa part, Semper International, de Boston, qui a publié les résultats de son sondage sur l'industrie graphique, fait preuve d'optimisme mitigé : les chiffres d'affaires se sont améliorés vers la fin de l'année, mais la voie sera encore cahoteuse ; la technologie et les prix demeurent des facteurs concurrentiels. Les interviewés estiment cependant que les mises à pied sont terminées et que l'embauche pourrait recommencer.

Selon une étude de Buck Consultants, membre de Xerox, plus des trois quarts des entreprises qui ont gelé les salaires au cours des 18 derniers mois révisent leur position et laissent entendre que les augmentations salariales aux États-Unis pourraient s'élever à 2,8 %, en moyenne. Cependant, l'associé principal de Buck, Tom Burke, signale que les employeurs pourraient revenir au gel des salaires si la stabilité de l'économie et la croissance soutenue ne sont pas au rendez-vous. L'étude révèle que le rendement est d'une importance capitale. Les employeurs sont en effet préoccupés par le fait que la croissance de l'industrie favorisera les mouvements d'employés et que les stratégies de maintien en poste des bons employés sont primordiales.

Michael Mugavero, président de manroland Canada, sent aussi une reprise et prévoit même une bonne année 2011, par rapport à 2009 et 2010. Tout comme plusieurs sociétés pancanadiennes interviewées, cette hausse aura lieu partout, mais peut-être moins au Québec, où la structure de l'industrie a été plus profondément touchée par les ventes, les fusions et les fermetures.

Il faut donc bâtir son capital de connaissances pour mieux s'équiper pour l'avenir. Sans ce capital, bien des possibilités sont bloquées. Intuition, intelligence et intégrité sont des mots stratégiques et des mots de la déclinaison de Qi, que nous vous souhaitons tout au long de 2011.

France Brodeur

Québec imprimerie

Le magazine des professionnels de la chaîne graphique

DIRECTION DE LA PUBLICATION
Hélène Pageau
info@qi-quebecimprimerie.com

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

DIRECTION ARTISTIQUE ET PRODUCTION
Katherine Lee et Jacqueline Ly, de l'ICGQ
production@qi-quebecimprimerie.com

COLLABORATION
Mylène Augustin
Christian Barbe
Diane Beauséjour
Denise Laganière
Karine Lapointe
Benoit Tougas
Alice Vermeulin
Laurette Vieille-Grosjean
Mark Vruno

PHOTO PAGE COUVERTURE
© Shutterstock.com

CORRECTION D'ÉPREUVES
Amélie Cusson Révision

IMPRESSION
Institut des communications graphiques du Québec

PUBLICITÉ
REP Communication inc.
1623, rue De Maricourt
Montréal (Québec) H4E 1V6

Ghislaine Brunet,
directrice des ventes publicitaires
514 762-1667, poste 231
gbrunet@repcom.ca

Lise Flamand,
514 762-1667, poste 235
lflamand@repcom.ca

DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL
Hélène Pageau
514 389-5061
production@qi-quebecimprimerie.com

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

Qi – Québec imprimerie est publié quatre fois par année.

INSTITUT DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES DU QUÉBEC

Éditeurs : Institut des communications graphiques du Québec et Artisans des arts graphiques de Montréal
999, avenue Émile-Journault Est
Montréal (Québec) H2M 2E2 Canada
Tél. : 514 389-5061

Toute reproduction, représentation, traduction ou adaptation intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, est interdite sans l'autorisation écrite des Éditions ICGQ et AAGM.
© 2010 Éditions ICGQ et AAGM – Tous droits réservés.

Dépot légal – 1er trimestre 2011
Bibliothèque nationale du Canada
ISSN : 1911-2106
Société canadienne des postes – Envoi de publication
Convention numéro 40019259
Adresse de retour :
Institut des communications graphiques du Québec
999, avenue Émile-Journault Est, Montréal (Québec) H2M 2E2

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

L'essor des logiciels libres

Les logiciels libres, caractérisés par l'accessibilité de leur code source, sont de plus en plus reconnus et implantés.

Le Salon du Logiciel Libre du Québec a entraîné des répercussions politiques positives.

Selon la Free Software Foundation (FSF), un logiciel libre est un logiciel dont le code source est disponible. Il garantit aux utilisateurs quatre libertés fondamentales : liberté d'utilisation, liberté d'étude et de modification, liberté de copie, et liberté de diffusion de copies et de versions améliorées, sans restriction. Pour Richard Stallman, fondateur du mouvement du logiciel libre et président de la FSF, ces libertés assurent le contrôle du programme par les utilisateurs. En leur absence, c'est « le programme qui a le contrôle des utilisateurs, une situation qui s'assimile à une colonisation numérique », dit-il. M. Stallman travaille à ce que les communautés en viennent à rejeter les programmes privateurs de liberté. Il propose sa propre définition du logiciel libre : « le logiciel libre, en trois mots, c'est liberté, égalité et fraternité[1]. »

Richard Stallman, invité d'honneur au Salon du Logiciel Libre du Québec

Un mouvement québécois

Le Salon du Logiciel Libre du Québec, organisé par l'Association Professionnelle des Entreprises en Logiciels Libres (APELL), s'est tenu les 6 et 7 décembre derniers à l'Université Laval, de Québec. Il avait pour but de convaincre le gouvernement du Québec de laisser plus de place au logiciel libre dans l'administration publique. Suscitant l'enthousiasme des utilisateurs et développeurs, il a surtout entraîné des répercussions politiques positives.

En effet, les efforts et les consultations de l'APELL préalables à la tenue de l'événement ont conduit la ministre Michelle Courchesne à annoncer, lors de son allocution de clôture du salon, qu'elle présentait à l'Assemblée nationale dès le lendemain le projet de loi 133, une politique-cadre sur la gouvernance et la gestion des ressources informationnelles des organismes publics et des entreprises du gouvernement, qui exprime un virage clair dans l'emploi des logiciels libres et l'évaluation systématique des solutions au gouvernement.

Dans son allocution d'ouverture du salon, le président de l'APELL, Cyril Béraud, indiquait que de grands chantiers attendent le Québec. « Le premier est le chantier de la connectivité Internet. Le deuxième est celui du logiciel libre, le troisième, celui du gouvernement ouvert. »

1 Propos tenus lors de son entretien à l'émission radiophonique Désautels, le 6 décembre 2010, dans les studios de Radio-Canada, à Québec

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

La ministre Courchesne prononçant l'allocution de clôture du salon.
Photo : http://s2lq.com/photos-du-s2lq

Des gestes concrets

En juin dernier, la Cour supérieure du Québec tranchait en faveur de Savoir-faire Linux dans une affaire l'opposant à la Régie des rentes du Québec. En imposant l'ouverture des marchés publics aux solutions en logiciels libres dans le processus d'appel d'offres, ce jugement a, selon l'APELL, suscité un engouement politique et apporté un vent nouveau dans les administrations municipales, provinciales et fédérale.

Le 3 septembre 2010, la Société de transport de Montréal (STM) annulait le processus d'appel d'offres pour l'acquisition de 2 577 licences Microsoft Office 2010, qui excluait toute solution de logiciel libre. Récemment, la Commission scolaire de la Seigneurie-des-Mille-Îles choisissait d'implanter la suite OpenOffice, concurrent libre de la suite Office, de Microsoft, sur 900 postes de travail, une économie 800 000 $ sur 4 à 5 ans en coût de licences.

Au provincial, Marie Malavoy, porte-parole de l'opposition officielle en matière d'enseignement supérieur et de recherche, et Sylvain Simard, porte-parole Conseil du Trésor, ont poussé le gouvernement à sortir de son inertie sur la question du logiciel libre.

Au fédéral, les néo-démocrates ont uni leurs voix à celles du Parti vert et ont déposé, en octobre, la motion parlementaire M-587, qui réclame l'appui du Parlement en faveur des technologies du code source ouvert.

Le libre dans le monde

Autre invité d'honneur du salon, Nico Elema, fondateur du Government Open Source Software Resource Center et membre du conseil de la Free Software and Open Source Foundation for Africa (FOSSFA) a traité de la place des logiciels libres dans les agences gouvernementales dans le monde.

Quand on parle de logiciel libre, on désigne d'abord le système d'exploitation GNU, développé par M. Stallman il y a plus de 25 ans, combiné à un cœur Linux. Des millions de personnes l'utilisent dans le monde – quoiqu'il soit difficile d'en faire le compte exact, puisque sa diffusion est libre et qu'il n'y a ni achat ni enregistrement de licences ! Les économies réalisées par les États qui adoptent le libre sont quantifiables et mesurables, mais l'avantage principal qu'ils en retirent réside, selon M. Stallman, dans le renforcement de leur souveraineté d'État, une liberté inestimable au prix des quelques incommodités passagères de migration.

Vue des stands au Salon du Logiciel Libre du Québec, à l'Université Laval, les 6 et 7 décembre 2010
Photo : http://s2lq.com/photos-du-s2lq

Depuis 2003, le projet Asianux vise à établir un standard Linux pour le marché asiatique, avec la participation du Japon, de la Corée, de la Chine, de la Thaïlande, du Sri Lanka et du Vietnam. En 2006, le gouvernement du Vietnam signait d'ailleurs un accord quinquennal avec Intel pour l'établissement d'un laboratoire afin de perfectionner des logiciels libres sur 27 000 ordinateurs du gouvernement. Puis, le Venezuela est en train de se convertir aux logiciels libres. En Équateur, chaque agence désirant continuer d'utiliser un programme privateur doit solliciter une exception temporaire pour être autorisée à le faire. Le 12 décembre, la société française Open Source Mandriva annonçait que le gouvernement brésilien avait choisi d'implanter le système Mandriva Linux pour aider les enseignants à améliorer l'éducation de leurs élèves : « un des plus importants déploiements Linux au monde avec un potentiel de 1,5 million d'unités », précise Linux. Fin décembre, un appel d'offres était en cours pour le développement d'un système d'exploitation libre russe : Russia OS.

La bataille du logiciel libre dans les administrations publiques est gagnée presque partout dans le monde. Les percées demeurent cependant timides sur le continent africain, où pourtant le logiciel libre « se présente pour nombre d'Africains de l'Ouest comme un espoir d'informatisation », écrit Ramata Soré, journaliste au quotidien *L'Indépendant*, au Burkina Faso. En outre, l'Association Ivoirienne pour Linux et les Logiciels Libres (AI3L) laisse entendre que les Africains gagneraient à utiliser le système Ubuntu et les logiciels libres.

Au Québec, cette bataille n'est pas encore gagnée, selon M. Béraud. La décision de la Cour supérieure et le projet de loi déposé par Mme Courchesne devraient néanmoins favoriser la multiplication des initiatives d'implantation de logiciels libres.

Un avenir prometteur

Au cœur des innovations technologiques issues d'Internet, comme Google, Wikipedia, eBay, Facebook, Twitter, PayPal et LinkedIn, le logiciel libre a fait ses preuves et demeure rempli de promesses. ■■

Diane Beauséjour

P.S. : La deuxième partie sur les logiciels libres traitera des logiciels graphiques, entre autres.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

La **rentabilité** jusqu'au bout

La logistique d'expédition se raffine et s'intègre dans des chaînes modernes.

Toutes les entreprises qui produisent des états de compte ou des relevés doivent être équipées ou faire affaire avec des firmes équipées de machines efficaces et rentables.

De nos jours, le publipostage coûte cher. La rationalisation du processus d'impression-expédition s'impose. Les frais postaux qui ne cessent d'augmenter ont un effet dissuasif sur l'expédition postale. Ces augmentations de tarifs et les envois électroniques provoquent d'ailleurs une baisse du trafic postal, notamment pour les factures, les relevés et la correspondance personnelle. Qu'à cela ne tienne, il existe des fabricants et des développeurs de logiciels qui apportent des solutions aux nécessaires envois et aux indispensables promotions postales et qui contribuent à augmenter le chiffre d'affaires des imprimeurs et prestataires de services d'expédition, qui s'équipent plus et mieux.

Dans l'espace expédition du salon Graph Expo de l'automne, le directeur marketing Produits de Pitney Bowes, Tim Troast, a déclaré : « Les imprimeurs à la recherche de nouvelles sources de revenu ont défilé sans arrêt, et nous avons eu de longs entretiens avec eux. » Pitney Bowes donne l'exemple d'un de ses clients qui a profité de ses solutions pour rentabiliser son rendement marketing. Selon la société, les concessionnaires régionaux du client de l'Ouest canadien, Invisible Fence, auraient amélioré leur rendement de marketing direct dans un rapport de 6 pour 1. Par ailleurs, le directeur du salon, Jack Ross, a fait observer que le secteur des technologies de surimpression de messages a gagné la confiance de grands imprimeurs transactionnels. L'impression-expédition est un domaine en croissance, malgré tout.

Des solutions intégrées

Insource se définit avant tout comme un intégrateur. Selon son directeur, Mirco Graziani, l'entreprise se rend en clientèle, étudie la structure et adapte des solutions sur mesure, de la personnalisation à l'expédition. « Nous observons, puis produisons un rapport, incluant des recommandations pertinentes que le client est libre d'accepter », dit-il. « C'est ce genre d'approche que Transcontinental Direct a établi avec Insource depuis la modernisation de ses usines de Montréal et de Toronto. »

De nos jours, le marché de l'impression transpromotionnelle serait saturé, selon M. Graziani. La clientèle ciblée par Insource serait plutôt les nombreux imprimeurs et ateliers de finition, qui compléteraient leur offre en ramenant l'adressage et l'expédition en interne. « Il est important de proposer une architecture ouverte, afin de permettre aux clients d'évoluer à partir de leur base matérielle et logicielle actuelle. Le client doit être en mesure de s'adapter très rapidement aux fréquents changements médias selon l'offre et la demande », dit-il.

Mirco Graziani, directeur pour Insource

M. Graziani explique également que les systèmes de vision jouent un rôle de plus en plus important pour assurer l'intégrité des données et éviter les retours coûteux. De plus, les services d'insertion et d'ensachage seraient en expansion chez les imprimeurs. « Étant donné que les imprimeurs traitent les données variables et impriment les pièces connexes, il n'est que

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

logique de fournir à leurs clients un service complet », dit-il.

La combinaison courrier et courriel

La Société canadienne des postes reconnaît la baisse du trafic postal et met au point des solutions modernes en associant le mode traditionnel et le mode électronique. Daniel Longpré , Solutions multicanales, à Postes Canada, a déclaré (durant Interquest) que Postes Canada voit le nombre d'envois postaux décroître de 2 à 3 % par année. La société a réagi en proposant un nouvel outil pour le secteur transpromotionnel : IntelliFlot.

Le service Envoi IntelliFlot transforme les données brutes en documents pouvant être expédiés automatiquement par divers canaux physiques et électroniques, permettant à ses clients de gérer une gamme complète de canaux de livraison à partir d'un seul emplacement. Ultramar est un utilisateur d'Envoi IntelliFlot, qui transpose les données fournies par l'entreprise dans le format approprié, imprimé ou électronique, et les transmet aux destinataires selon le mode de communication choisi : courrier, messagerie, courrier électronique, télécopieur ou Postel. Postes Canada est également consciente des coûts du courrier non livré. Par conséquent, la gamme de services IntelliFlot recueille, trie et analyse les envois non livrés ou retournés, saisit les données de l'enveloppe ou de l'article joint et fournit les données sous format électronique. Ces services permettent ainsi aux clients de mettre à jour leurs dossiers et de réduire les coûts d'expédition, en améliorant l'exactitude des listes.

Les logiciels d'adressage

Les logiciels d'adressage abondent, depuis quelques années. Il s'agit d'un marché dynamique qui évolue au rythme du lucratif marché transpromotionnel et publicitaire. Selon le site web de Postes Canada, il y aurait environ 1,2 million de familles qui soumettent un avis de changement d'adresse chaque année. La société offre un service d'épuration de listes d'adresses sous forme de licence directe ou par l'entremise d'un titulaire ou via un service en ligne. La solution QuickAddress Pro, de QAS, dont le siège canadien est à Toronto, valide les adresses contre les dossiers des services postaux officiels durant l'entrée dans la base de données du client. À l'instar de nombreuses autres sociétés, Conclusive Marketing valide aussi les adresses au moyen de son programme CNCOA, basé sur une licence de Postes Canada.

Comme on a vu plus tôt, l'imprimeur profite de plus en plus des services à valeur ajoutée que procure la prestation de services marketing par l'ajout de services d'envoi postal. Le développeur canadien Avanti reconnaît que le flux de production imprimé est très différent des services marketing. Il a donc mis au point un module appelé Direct Mail Management, qui prend en charge la gestion du processus d'envoi de publipostage, dont l'estimation, les calculs des frais postaux et le plan d'expédition.

L'entreprise spécialisée AM&P, située à Montréal, fournit des services de préparation postale et d'impression depuis près de 50 ans. « Nos services comprennent l'ensemble du processus de marketing direct, incluant la gestion et l'entretien des bases de données, les insertions, ainsi que les envois postaux. Dans notre rôle, nous portons une importance spéciale à l'intégrité des données du client et avons développé une expertise en gestion de base de données. Nous procédons ainsi à une analyse complète pour vérifier l'exactitude des renseignements en utilisant un logiciel de validation et de corrections d'adresses mis en commun avec les services postaux canadien et étasunien », explique Dean Watson, président de AM&P. L'entreprise propose également des services d'impression offset ou laser d'insertion et d'ensachage.

Les équipements

Toutes les entreprises qui produisent des états de compte ou des relevés doivent être équipées ou faire affaire avec des firmes équipées de machines efficaces et rentables. À titre d'exemples, les grandes sociétés qui produisent des milliers de chèques de paie, les services d'Hydro-Québec qui postent des comptes et publicités dans tout le Québec, les banques et sociétés d'assurance qui envoient des relevés à leurs assurés, Revenu Québec, Emploi-Québec et la Régie des rentes du Québec sont autant d'organismes qui ont besoin de solutions postales adéquates.

Jean Roux, président des Publications 9417, entreprise spécialisée en publipostage établie à Princeville, dans la région des Bois-Francs, sert des clients de sa région et d'ailleurs en province, mais surtout une clientèle du Grand Montréal. Comme expéditrice d'envois de publipostage et transpromotionnels, elle doit être équipée à la fine pointe. Les principaux équipements d'un tel type d'entreprise s'articulent autour d'imprimantes pour l'adressage et la personnalisation, d'inséreuses pour l'ajout de différentes pièces dans des enveloppes, et d'ensacheuses pour réunir le tout sous un pli et le protéger.

« Nous suivons de près les innovations dans notre secteur afin de mieux répondre aux exigences de nos clients. Ainsi, nous avons fait l'acquisition d'une inséreuse Bowe Bell & Howell à 6 têtes, ce qui nous permet d'insérer un ou plusieurs dépliants dans une enveloppe, à une cadence de 5 000 insertions par heure. Nous disposons également de deux ensacheuses Continua, lesquelles nous permettent de faire la mise en sac de produits de différents formats. Enfin, notre imprimante à jet d'encre Kirk Rudy imprime directement les adresses sur les revues ou magazines et brochures. Une plieuse, pastilleuse et autre matériel spécialisé complètent notre parc machines.

Sonia Désilets, directrice de la production, et Jean Roux, président de Publications 9417

Bowe Bell & Howell (BBH) est un acteur important sur le marché des équipements d'expédition. La société a mis au point son système d'insertion Combo14, qui réunit plusieurs inséreuses avec changement rapide d'épreuves à des lettres, en quelques minutes. Elle a augmenté la cadence de son inséreuse Enduro, la faisant passer de 11 000 à 13 000. L'Enduro est équipée de la fonction Mailpiece Harmonix, qui permet à la machine de régler sa vitesse en fonction de chaque application. Enfin,

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Le fabricant Bowe Bell & Howell a présenté à l'automne ses dernières solutions d'expédition. Son système de finition, BBH Inveloper, combine la fabrication d'enveloppes et l'assemblage des pièces à insérer en une seule étape et à raison de 30 000 pièces à l'heure. La solution permet la personnalisation et l'expédition de matériel transpromotionnel et de publipostage.

la trieuse Criterion Apex aide les entreprises à optimiser les remises postales et à mieux répondre aux exigences postales. Le système traite un éventail d'envois à très haute vitesse et peut être configuré comme lecteur de codes à barres ou lecteur à reconnaissance optique des caractères multiligne (ROCML).

Avoir l'œil

À la précision et l'actualisation des données en vue de réduire les coûts postaux, surtout les retours, qui peuvent alourdir substantiellement la facture, s'ajoutent les nouveaux codes.

Aux États-Unis, la récente entrée en vigueur des options eDoc et Intelligent Mail cause beaucoup d'émoi concernant les remises postales. Depuis l'automne, les données des étiquettes apposées sur les sacs, palettes et colis destinés aux États-Unis doivent se plier à de nouvelles exigences, depuis l'automne. Lors d'un des séminaires organisés par Window Book, Wallace Vingelis, directeur, pratique postale dans l'industrie pour Window Book, a mentionné qu'en mai 2011, seuls les codes à barre intelligents seront admissibles aux remises pour automatisation aux États-Unis. Il y aurait également un danger de perte de clientèle pour ceux qui n'adhéreraient pas à l'automatisation.

M. Roux indique que sa firme doit se démener avec toutes les contraintes et exigences qui accompagnent les transformations et innovations concernant les codes postaux, les codes à barres, les codes QR et autres. Incidemment, la popularité des codes QR a entraîné le développement et le perfectionnement de plusieurs systèmes de vérification d'intégrité.

Lake Image Systems propose une solution d'inspection de la qualité d'impression des codes, avec Discovery Revolution. Ce logiciel permet d'inspecter à haute vitesse des bandes ou feuilles imprimées et peut capturer plusieurs images.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Le nouveau code postal IMB (Intelligent Mail Barcode) a presque remplacé les anciens codes à barres utilisés dans l'automatisation des divers services postaux. Le système de vérification postale FAST-verify, utilisant le modèle In-Sight 5613, de Cognex, pour la vérification IMB, est un système qui vérifie non seulement la lisibilité et les mesures essentielles du code à barres, mais aussi s'il s'agit du bon code. Quant à la société MCS, elle assure le suivi de chaque envoi grâce à son système Perfect Match 6.0, doté du module Virtual Cycle Tracking. Cette technologie permet de consigner et de vérifier des scénarios complexes d'expédition.

Lake Image Systems est un spécialiste de systèmes de vérification et de contrôle de vision pour le publipostage et l'impression de sécurité. Le développeur présente une solution de vérification d'intégrité, avec son système de vérification Intelligent Mail Barcode. En plus d'assurer que les codes IMB sont conformes aux tolérances dimensionnelles et aux exigences de lisibilité du service postal, le système offre une fonction d'archivage des envois, notamment des enveloppes et des brochures. Le système assure qu'aucune pièce n'est absente ou en double et n'interrompe la production ou fait diverger le flot de production en cas de défaut. Le système s'installe après les inséreuses, les piqueuses et les ensacheuses.

Selon le vice-président de Lake Image Systems, Pat Hoskins, « Le système Intelligent Mail Barcode va au-delà de la simple vérification de la précision, lisibilité et dimensions des codes postaux. Le module Lake Image Systems IntegraVision accompagne le rapport de qualité de correspondance d'une image caméra de chaque pièce ou défaut. »

La Commission de la construction du Québec (CCQ) gère quatre volets de préparation postale : les imprimés administratifs, les communications avec la clientèle, les bulletins d'entreprise et les communications promotionnelles. Chaque famille nécessite un flux de traitement adapté. La nature sensible des imprimés administratifs, comme les chèques, bordereaux de dépôt ou cartes de compétence, exige une extraction en interne et la personnalisation par CCQ. Une équipe de programmeurs a défini les contraintes d'extraction, et une autre, le flux d'impression IPDS et un format AFP pour les outils Elixir DesignPro d'InfoPrint Solutions. Ces envois sont ensuite expédiés chez un fournisseur pour pliage et mise sous pli. Dans le cas des communications avec la clientèle, des étiquettes accompagnées des articles à insérer sont fournies à notre prestataire de services d'envoi postal. Ce type d'envoi est transmis par le service Poste-lettres, de Postes Canada, qui s'occupe du tri, contrairement aux bulletins et communications d'entreprise, qui sont préparés par une maison de préparation postale afin de bénéficier de meilleurs tarifs d'affranchissement.

Les données sont extraites de nos systèmes et envoyées sous format texte à notre fournisseur. Le format texte, libre de plateforme ou de version logicielle, est le mieux adapté, car il ne contient aucune information de format pouvant corrompre les données. À titre d'exemple, les formats de bases de données Microsoft Access et FileMaker se transposent difficilement d'un Mac à un PC et vice versa. Un format DBase est parfois difficile à convertir d'une plateforme à l'autre. Les fichiers texte peuvent être à champs fixes ou délimités. Cette dernière option est cependant la plus efficace. La taille des champs n'a pas besoin d'être définie en fonction du plus long enregistrement de chaque champ. Les fichiers résultants sont moins lourds, et les risques de troncature d'information sont presque réduits à néant. Une fois les données reçues par notre fournisseur, une segmentation est effectuée au besoin pour séparer les données en lots distincts. Le tri préliminaire par itinéraire de facteur (TPIF) est ensuite effectué. Dans le cas des bulletins, un TPIF est effectué afin d'utiliser le service Poste-publications. Pour nos communications promotionnelles, c'est le service Médiaposte avec adresses qui est privilégié. Le type de tri variera selon la quantité de lots. Il pourra alors être selon le Plan national indicateur d'acheminement (PNIA) ou le TPIF. Les documents sont ensuite personnalisés, au laser, s'il s'agit de lettre, ou au jet d'encre, dans le cas d'enveloppes sans fenêtre contenant des pièces génériques ou si la pièce elle-même doit être personnalisée. Il y aura alors, selon le cas, les dernières étapes de finition tels le pliage, l'insertion ou le pastillage, et le dépôt postal.

Les entreprises qui font des envois publicitaires en gros volume profitent de rabais sur l'affranchissement : une économie d'environ 10 ¢ par envoi, ce qui est non négligeable pour des quantités de 30 000 envois, voire 100 000 ou 200 000. La préparation postale s'effectue habituellement chez un fournisseur spécialisé, qui offre également la personnalisation (impression jet d'encre sur carte postale ou dépliant, impression au laser sur lettre, etc.). La magie s'opère à partir de la base de données d'adresses de l'entreprise annonceuse. Le fournisseur de préparation postale va trier la base de données grâce aux codes postaux et y ajouter des renseignements pour Postes Canada. Une fois le volet personnalisation terminé, la partie préparation postale commence : pliage et insertion, pose de pastille, apposition de notocollants, jumelage avec d'autres pièces personnalisées ou non, etc. La conteneurisation des envois est l'étape finale et essentielle à l'obtention de rabais postaux. Le courrier traité dans les équipements de Postes Canada passe par un premier dispositif pour y être redressé, c'est-à-dire déposé horizontalement avec le bloc adresse vers l'avant. Puis, une deuxième machine balaie à haute vitesse les codes postaux et imprime un code barres photoluminescent (rose, jaune, orange) sur chaque pièce. Une troisième machine analyse ce code et trie le courrier pour la mise en bacs destinés aux centres de distribution régionaux, où les bacs seront triés selon les itinéraires des facteurs. Le courrier traité par une maison de préparation postale arrive déjà dans des conteneurs, prêts à être expédiés, le courrier déjà séparé en liasses et bien ordonné.

Propos recueillis auprès de Daniel Pressé, chef de la sous-section Imprimerie et préparation postale, CCQ

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Le système de vision JETVision, de BBH, collecte les données et surveille la qualité et l'intégrité des opérations de production. De son côté, Pitney Bowes a élargi son offre pour les gros expéditeurs d'imprimés transactionnels. La nouvelle offre, qui s'appelle Pitney Bowes IntelliJet Printing System, est l'aboutissement d'une alliance stratégique avec HP. « Il y a une pression énorme aujourd'hui sur les communications d'entreprise imprimées, qui doivent offrir plus de valeur avec des coûts en hausse et une croissance très faible », déclare Leslie Abi-Karam, vice-président exécutif de Pitney Bowes et président de Mailstream Solutions Management.

Le système d'impression IntelliJet Printing System, de Pitney Bowes, est équipé du moteur HP T300 à jet d'encre couleur, commandé par le logiciel Production Intelligence de contrôle et de gestion, et comprend un système Pitney Bowes de finition du courrier à grande vitesse.

Les enveloppes

Il existe toujours un grand nombre d'applications qui nécessitent des enveloppes. Par conséquent, les fabricants de papier ont un secteur consacré à celles-ci. Récemment, Finch Paper annonçait qu'une large gamme de ses papiers était maintenant disponible sous forme d'enveloppes en différents modèles et formats. Les produits Finch Premium Blend, Finch Fine et Finch Opaque sont offerts sous forme d'enveloppes traditionnelles, à rabats plats ou Baronial. La gamme d'enveloppes est livrée en différents finis et teintes. Supremex est le plus important fabricant et distributeur d'enveloppes génériques et personnalisées, d'étiquettes et de produits connexes en Amérique du Nord, destinés notamment aux communications d'affaires et de publipostage. Premier Envelope, dans l'Ouest canadien, Enveloppe Laurentide, Enveloppe Concept ou Enveloppes Modernes, au Québec, pour ne citer que quelques fabricants d'enveloppes, laissent croire que ce marché est toujours énergique.

L'impression

Les solutions de codage d'Atlantic Zeiser ou de Domino, entre autres, et les solutions d'impression d'adresse et de messages personnalisées sur les enveloppes et les documents associés sont nombreuses. Le perfectionnement des têtes d'impression joue un rôle important dans l'évolution du secteur de l'expédition. Buskro vient tout juste de présenter sa nouvelle série de têtes d'impression 2500/5100 à résolutions variées de 200, 300 ou 400 dpi. La résolution horizontale de 100 à 600 dpi, gérée par logiciel, permet de contrôler la vitesse et la couverture d'encre en fonction de la qualité d'image souhaitée. Récemment, Kodak annonçait que la société de publipostage CompuMail, du Connecticut, avait acquis la première presse numérique couleur de production Kodak Nexpress 2500 pour ses fonctions avancées d'impression personnalisée, de données variables et en relief. En 2010, Xanté a présenté trois modèles de presses numériques pour enveloppes Illumina.

Les nouvelles têtes d'impression de Buskro peuvent imprimer jusqu'à 20 pouces verticalement, à une vitesse pouvant atteindre 5 m/s. Un écran protecteur réduit le risque du contact catastrophique du support et de la tête.

Au bout du compte

L'expédition réunit des solutions de personnalisation, d'adressage, d'insertion, d'ensachage et de codage qui sont des atouts concurrentiels et économiques. Des solutions de traçabilité et d'impression fine, adaptées à l'évolution des normes postales, ne cessent de voir le jour. Dernière étape du processus d'impression, l'expédition est une étoile montante dans le firmament des envois de masse, du publipostage et de l'impression transpromo. ■■

France Brodeur

La migration de la sérigraphie vers le numérique se poursuit

Vivimar est le second imprimeur canadien à acquérir la nouvelle presse HP Scitex FB7500. Cinquième machine HP à faire son entrée chez Vivimar, l'entreprise fonctionne désormais moitié sérigraphie, moitié numérique. L'événement a été souligné l'automne dernier afin de mettre en valeur auprès des clients de l'entreprise la productivité souhaitée de 95 feuilles pleine laize d'ici 2014, la polyvalence des supports carton ou plastique pouvant être imprimés et l'évolutivité de la machine, qui pourra s'enrichir de couleurs supplémentaires, dont le blanc opaque.

Vivimar fait partie des six imprimeurs au Québec à utiliser à la fois la sérigraphie et le jet d'encre numérique. Utilisée de manière autonome ou en complément de la sérigraphie pour la personnalisation, par exemple, l'imprimante HP Scitex FB7500 élargit les horizons de l'entreprise. L'entreprise spécialisée en impression grand format pour affichage intérieur de PLV, d'affiches de sol ou de vitrophanies possède une expertise particulière en affichage extérieur, telle l'impression d'affiches d'autobus et d'abribus, de panneaux publicitaires ou de bannières, et est au service de clients de l'est du Canada et des États-Unis.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

La **formation continue** s'adapte aux **nouveaux besoins**

L'industrie de l'imprimerie fait face à un problème de recrutement de main-d'œuvre qualifiée, mais il faut aussi veiller au perfectionnement des employés en poste.

Il arrive que des imprimeries doivent embaucher des personnes peu ou pas qualifiées pour combler des postes au sein de leur entreprise. Elles doivent alors prendre le temps nécessaire pour former ces nouveaux employés. Malheureusement, des pertes de productivité et une gâche accrue sont souvent des conséquences inévitables de ce type d'embauche. L'employé déjà en poste, expérimenté ou nouveau, a besoin d'un soutien technique pour demeurer efficace et productif.

Des cours à la carte

Étant conscients de cette réalité, le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, ainsi que les établissements scolaires concernés ont assoupli et modifié leurs règles et permettent aux individus de s'inscrire à des cours dits « à la carte ». Ces cours sont offerts sans que les participants ne soient obligés de s'inscrire à un programme en particulier. Ils sont aussi dispensés sans ordre logique, afin de répondre aux besoins d'un plus grand nombre de personnes déjà sur le marché du travail.

Malheureusement, ces cours sont méconnus, souvent inutilisés ou incomplets et ne seront pas offerts, tout simplement par manque d'inscriptions. Pour populariser ces cours bénéfiques à l'industrie, le Collège Ahuntsic offre, particulièrement aux ateliers et services d'impression offset, deux cours spécialisés à la carte. Impression Offset 1 propose une initiation à l'impression offset, à sa terminologie, aux matières premières, aux méthodes de travail et aux pratiques d'impression en laboratoire, entre autres. Le cours Impression Offset 3 est un perfectionnement des connaissances techniques et pratiques, qui seront utiles aux pressiers et deuxièmes pressiers déjà en poste. Dans le cadre de ce cours, les pressiers pourront exercer les connaissances acquises en laboratoire.

Demeurer à jour

Comme la technologie évolue constamment et rapidement, il est primordial que les entreprises et les individus possèdent des connaissances et des pratiques à jour. Personne n'est à l'abri de la concurrence, qui est désormais locale et mondiale. Une formation continue permet à l'individu d'apprendre, de comparer, d'analyser et d'échanger sur des sujets qui le passionnent. L'acquisition de connaissances développe l'esprit des gens, qui en font profiter l'entreprise pour laquelle ils travaillent et leurs collègues, en échangeant avec eux sur une base régulière. Au bout du compte, tout le monde y gagne. ■■

Benoit Tougas
Enseignant en Techniques de l'impression
au Collège Ahuntsic

Rester à jour, pour ne pas être dépassé.

COLLÈGE AHUNTSIC

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Peu **importe** la taille

Le rétrécissement du salon Graph Expo, de Chicago, n'a pas empêché les professionnels de l'industrie à recommencer à investir.

La plupart des exposants ont été agréablement surpris par la performance du salon de cette année.

Il n'était pas très gros parce que certains grands exposants avaient réduit leur espace-salon et d'autres étaient carrément absents. Heidelberg, en particulier, était absent pour la première fois dans les 40 ans d'existence du salon Graph Expo. Autres absences remarquées : Komori America et Mitsubishi (MLP). Nul ne savait à quoi s'attendre avec la lente reprise économique aux États-Unis et l'absence du trio de constructeurs de presses offset. À la fin des quatre jours du salon, cependant, l'industrie de l'imprimerie d'Amérique du Nord pouvait laisser échapper un soupir de soulagement.

Le baromètre du succès d'un salon est basé sur la qualité des indications de vente, et non sur la quantité. Près de 20 000 personnes se sont rendues sur le salon, ont rencontré les acteurs présents et ont créé des liens lors de l'événement de la migration de l'imprimerie Graph Expo. Plusieurs d'entre eux ont même passé des commandes.

« Le nombre de visiteurs est en hausse par rapport à l'an passé, et il y a plus de propriétaires d'entreprises », a confié Tawnya Starr, présidente de PrinterPresence. « J'aimerais bien que ces décideurs participent à tous les salons ! Nous évaluons nos interactions avec les visiteurs sur une échelle de 1 à 5, 5 étant le plus élevé », explique Mme Starr, dont l'entreprise d'impression via le web expose à Graph Expo depuis 10 ans. « Nous avons des records de 5, cette année », dit-elle. « Nous avons manqué de matériel de marketing, même si nous avions apporté la même quantité que l'année dernière. »

« Les gens commencent à dépenser », dit le directeur des ventes pour xpedx, Bill Van Buskirk. « Ils avaient mis leur investissement en veilleuse durant la crise économique et réalisent maintenant qu'ils doivent investir dans la nouvelle technologie, pour stimuler leurs activités avant d'être réduits à fermer. » M. Van Buskirk a admis être agréablement surpris par le taux de participation, ajoutant que sa société a reçu un grand nombre de commandes durant le salon. « Par le passé, nous savions plus ou moins qui allait acheter durant le salon, dit-il. Cette année, toutes les commandes prises ont été des surprises. »

L'édition 2010 de Graph Expo avait une odeur numérique plus prononcée pour la majorité des 12 500 acheteurs (entrées payantes issues de 69 pays) qui ont circulé dans les allées. Plus d'une vingtaine de rencontres représentant les associations et groupes d'utilisateurs ont soutenu l'événement. « On y a discuté de tout : du flux de production, de l'expédition et du postpresse à l'impression rapide, intégrée et transpromo jusqu'à l'impression de journaux et offset rotative », dit Ralph Nappi, président de GASC (Graphic Arts Show Co) et de la NPES (Association for Suppliers of Printing, Publishing and Converting Technologies). Graph Expo a aussi donné lieu à des rencontres d'organisations, dont Newspaper Group, IDEAlliance G7 Summit et Xplor Document University, et de groupes d'utilisateurs, comme ceux de Agfa, EFI, HP, KBA, Kodak et Muller Martini, entre autres.

Parmi plus de 500 exposants, 20 technologies innovantes « Must See 'Em » ont été mises en vedette. Le salon de Chicago n'était pas simplement un Ipex « réchauffé », dit Hal Hinderliter, conseiller prépresse, « il y a pas mal de nouvelles technologies ici. »

La combinaison numérique et analogique

Comme des requins sentant le sang dans la mer de l'impression numérique, des constructeurs se sont jetés à l'eau et ont pris d'assaut les espaces laissés libres par les grands de l'offset. Hewlett-Packard (HP) a créé un précédent en étant le premier fournisseur de solutions d'impression numérique à occuper le plus vaste espace sur le salon de Chicago. HP a montré sa rotative jet d'encre T300, le modèle T350 à 600 pieds par minute de sa presse 30 pouces, qui sera commercialisée au milieu de 2011.

EFI était installée à côté de HP et a signalé la vente de quatre systèmes numériques jet d'encre UV Jetrion destinés au Canada, notamment chez Factor Forms, à Edmonton, et chez l'imprimeur d'étiquettes autoadhésives Perflex, à Toronto. Le stand substantiel de Xerox étant

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

entouré de Xanté, Océ et de Kodak, avec sa rotative jet d'encre couleur Prosper 5000XL, la plus grosse presse au salon et un « Must See 'Em ». Enfin, la zone incluait également Ricoh et Canon, cette dernière occupant son propre stand, malgré la fusion avec Océ, annoncée en novembre 2009.

Dévoilée à la drupa en 2008, la nouvelle presse numérique à feuilles J Press 720, de Fujifilm, était présentée en avant-première en Amérique du Nord.

Les machines jet d'encre à feuilles étaient très présentes, notamment avec la présentation par Fujifilm du dispositif d'impression numérique à jet d'encre J Press 720 (29,5 × 20,8 pouces), construit à partir d'un bâti de presse traditionnelle. Cette presse, utilisant une solution de précouchage et des encres à base d'eau, devrait produire 2 700 feuilles par heure sur papier couché, avec une résolution de 1 200 dpi. Des commandes étaient apparemment déjà passées, pour une livraison prévue au printemps 2011.

Screen a présenté sa nouvelle Truepress Jet520ZZ, qui est une solution jet d'encre couleur, simple passe à alimentation à bobine, extrêmement rapide. Cette presse est destinée au publipostage, aux livres, aux magazines et aux autres travaux en gros volumes, traditionnellement imprimés en offset. Incidemment, l'imprimeur grand format Champion Imaging Group, de Montréal, a installé le dispositif grand format Truepress Jet2500UV de Screen

La vitesse de la TruePress Jet520ZZ, de Screen, atteint 721,7 pieds par minute, soit environ 190 000 pages couleur 8,5 × 11 pouces par heure.

pour la netteté du texte, produisant des sorties à 1 500 dpi maximum pour ses clients détaillants.

Comblant l'écart entre l'analogique et le numérique, Presstek était le seul exposant non numérique présentant une presse en service à Graph Expo. Son modèle Presstek 74DI, couronné « Must See 'Em », a généré un grand intérêt de la part des imprimeurs de toutes envergures, selon le directeur des communications marketing, Brian Wolfenden : « Même parmi ceux que nous ne nous attendions pas de voir, comme les imprimeurs d'emballages. L'achalandage a été continu durant les deux premiers jours », dit-il.

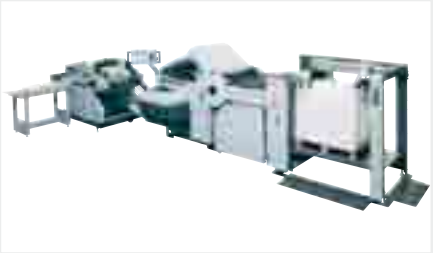
Mis à part la croissance du numérique, il ne faudrait pas négliger la taille du marché géant de l'impression offset, qui représente 50 milliards de $US. Des améliorations ont été apportées dans tous les domaines, dont la vitesse, la résolution, les formats et la productivité. Des piliers du salon, Goss et Muller Martini, côtoyaient un nouveau venu à Graph Expo : le fabricant de presses chinois Hans Gronhi.

KBA North America a déclaré avoir vendu plusieurs presses de toutes tailles, dont une immense Rapida 205 de 81 pouces, durant Graph Expo.

KBA et manroland étaient stratégiquement situées en périphérie du nouveau pavillon News Print, non loin des 25 exposants servant le segment de l'impression journal. « L'achalandage a été plus soutenu que prévu », dit le chef de la direction de manroland, Vince Lapinski. Le constructeur montrait entre autres sa machine multitâche au calage rapide manroland 700 DirectDrive.

Un salon de ventes

KBA a vendu plus de presses 41 pouces cette année que par le passé et a annoncé des projets concernant une nouvelle option moyen format Rapida 75E pour les imprimeurs de ce créneau. Le constructeur a également mis en vedette sa presse 20 pouces Genius 52UV, ainsi que ses nouvelles rotatives C16 et Commander CT. Le vice-président Marketing de Pricso, Eric Gurwillig, a annoncé la vente de six systèmes au jour trois du salon, sur un stand toujours bondé. Pricso (Printers' Service) est le distributeur exclusif des imprimantes grand et super grand format HP/Scitex, dont le modèle « Must See 'Em » LX800.



La plieuse entièrement automatisée Horizon AFC-746-F permet le retrait automatique des arbres de perforation pour faciliter le réglage des lames.

Les bonnes nouvelles se sont enfilées. À titre d'exemple, ces produits ont tous trouvé preneurs : le système de finition modulaire en ligne SigmaLine, de Muller Martini, une autre technologie « Must See 'Em », pour le façonnage à la demande de pages imprimées numériquement ; la nouvelle presse iGen4 EXP, de Xerox, équipée de nouvelles fonctions prépresse et de finition et la plus imposante solution feuilles numérique de l'industrie ; une presse rotative jet d'encre Kodak Prosper 5000XL, une presse huit groupes, sans gorge Goss Sunday, avec options Autoplate et Automatic Transfer permettant les changements de travaux à la volée, pour la production de publipostage ; une plieuse automatisée Horizon AFC-746F, de Standard Finishing ; l'imprimante jet d'encre UV six couleurs plus le blanc ; :Anapurna M 2050, d'Agfa Graphics, et la plateforme d'impression via le web Digital StoreFront d'Efi.

Le salon a aussi réuni nombre d'exposants concepteurs de logiciels qui avaient ajouté des fonctions ou avaient apporté des mises à niveau. Un salon plus petit certes, mais qui semble tout de même avoir eu des retombées positives sur l'industrie. ■■

Mark Vruno
Traduction de Qi – Québec imprimerie

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

L'électronique imprimée

L'impression au service de la technologie de pointe

La course à la fabrication de systèmes électroniques toujours plus petits, plus plats, plus flexibles, met aujourd'hui à contribution les technologies d'impression.

L'électronique imprimée ouvre la voie à un marché auquel l'électronique traditionnelle ne peut accéder : celui de l'électronique flexible et de grande surface.

Que l'on songe aux téléphones intelligents, aux appareils photo numériques ou aux panneaux d'affichage rétroéclairés, on est loin de se douter que leur fabrication repose en partie sur des procédés d'impression. Il s'agit pourtant d'une avenue de plus en plus explorée par les fabricants d'équipement électronique. Bien qu'elle n'en soit encore qu'au stade de technologie émergente, l'électronique imprimée est promise à une croissance rapide au cours des prochaines années.

Pourquoi imprimer des circuits électroniques

L'impression de circuits électroniques fait intervenir des matériaux somme toute semblables aux conducteurs traditionnels, à la seule différence qu'ils sont solubles. Cela les rend beaucoup plus polyvalents, puisqu'ils se prêtent à une plus grande gamme d'usages.

En effet, ces matériaux peuvent être imprimés sur de larges surfaces et sur des supports légers, flexibles et robustes, tels que le plastique, le papier ou les fibres textiles. Ces supports peuvent être roulés ou pliés sans occasionner de pertes de performance. Cela ouvre la voie à un marché auquel l'électronique traditionnelle ne peut accéder : celui de l'électronique flexible et de grande surface, en plus de rendre possible l'intégration de composantes électroniques à des produits inusités tels que le papier ou les fibres textiles.

De plus, la facilité d'impression des circuits imprimés rend la production de masse beaucoup plus économique pour les fabricants d'équipement électronique. Outre cet avantage, l'impression de composantes électroniques réduit considérablement l'empreinte écologique de la production de grand volume.

Encres conductrices et procédés d'impression novateurs

Les procédés d'impression les plus communément utilisés en électronique imprimée sont le jet d'encre et la sérigraphie. Par contre, ils tendent à être graduellement remplacés par des procédés rotatifs, comme la flexographie et l'héliographie, qui sont plus rapides et mieux adaptés à des volumes de production importants.

Selon Paul Smith, directeur de laboratoire au Centre canadien de recherche Xerox, l'électronique imprimée constitue une forme d'impression intelligente.

Quant aux encres, elles sont fabriquées à base de matériaux conducteurs ou semi-conducteurs, tels que l'argent ou le carbone en poudre. Au Centre canadien de recherche Xerox, des scientifiques ont développé une encre

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

conductrice à base d'argent. Paul Smith, directeur de laboratoire, pense qu'elle pourrait facilement être commercialisée.

« Les matériaux d'électronique imprimée que notre équipe a développés permettent aux fabricants d'apposer des circuits électroniques sur des plastiques, des films et des tissus », explique-t-il.

À l'heure actuelle, les technologies de l'électronique imprimée interviennent dans la fabrication d'une gamme limitée de composantes électroniques, parmi lesquelles les écrans à DEL organiques (diode électroluminescente organique, connue aussi sous l'acronyme anglais OLED), que l'on retrouve notamment sur les appareils photo numériques ou les téléphones portables, les étiquettes RFID (Identification par radiofréquences), utilisées sur les laissez-passer de transport en commun, et les cellules photovoltaïques. « De nombreux produits peuvent se targuer d'être intelligents, du téléphone portable au papier, en passant par les vêtements. Je pense que l'électronique imprimée est une forme d'impression intelligente », commente Paul Smith.

Toujours chez Xerox, mais cette fois au Centre de recherche de Palo Alto, en Californie, des chercheurs ont travaillé de concert avec le fournisseur européen de mémoires Thinfilm, afin de développer des mémoires compactes de 128 bits, totalement imprimées et réinscriptibles, qui serviront à fabriquer des jeux, mais qui pourraient être vouées à des usages plus complexes.

La société scientifique DuPont offre une gamme d'encres à base d'argent, qui se prête à l'impression sur verre et sur supports flexibles.

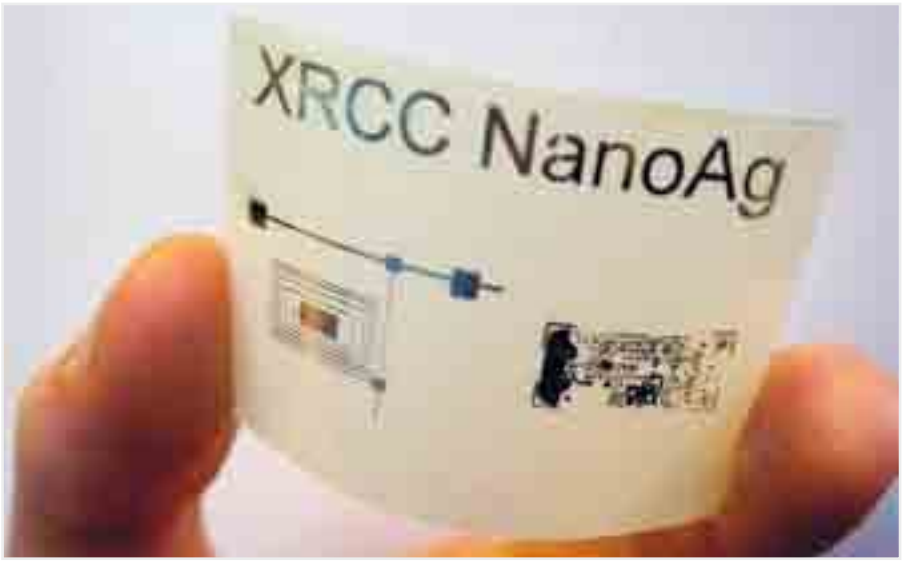
Investir dans la recherche et développement

La société scientifique DuPont a également mis ses chercheurs à contribution dans le développement d'encres à très haute conductivité. L'entreprise offre une gamme d'encres basse température à base d'argent, qui se prête notamment à l'impression par procédé flexographique ou héliogravure, sur verre et sur supports flexibles. Ces deux produits permettent à l'entreprise de convoiter le marché des DEL organiques et des écrans tactiles.

L'électronique imprimée présente cependant des limites, car elle ne peut encore remplacer l'électronique traditionnelle dans tous les domaines. En ce qui concerne le stockage de l'électricité, entre autres, les progrès demeurent limités. La durée de vie des batteries aux composantes imprimées est encore réduite, notamment parce que ces composantes se désagrègent au fil des utilisations. Elles constituent toutefois une avenue fort intéressante et économique pour la fabrication d'équipement à usage limité, telles les cartes de vœux musicales.

La recherche et le développement dans les domaines de la formulation des encres conductrices, de l'optimisation des procédés d'impression et de la fabrication de produits fiables et commercialisables constitueront les défis des prochaines années. En revanche, les perspectives d'évolution du domaine de l'électronique imprimée sont extrêmement prometteuses, et il est dans l'intérêt des acteurs de la chaîne graphique d'explorer cette nouvelle avenue qui s'ouvre à eux. ■■

Mylène Augustin



Les matériaux d'électronique imprimée développés au Centre canadien de recherche Xerox permettent aux fabricants d'apposer des circuits électroniques sur des plastiques.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Robert Charlebois

imprimé dans nos mémoires pour une bonne cause

Le 23 novembre avait lieu le spectacle-bénéfice d'Imprime-Emploi au Théâtre Plaza, de Montréal.

Imprime-Emploi célèbre son 15e anniversaire en 2011 et compte sur trois sources de revenus pour assurer sa viabilité, dont le spectacle-bénéfice.

C'est dans une salle totalement bondée et dans une atmosphère « chaude » que s'est déroulée la cinquième édition d'un spectacle-bénéfice enlevant. Plusieurs fournisseurs d'Imprime-Emploi étaient présents, beaucoup de clients, des amis et des partenaires, dont une forte délégation du Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec. Après un cocktail dînatoire et les allocutions de Michel Morin, directeur général d'Imprime-Emploi, et du maire de l'arrondissement Rosemont – La Petite-Patrie, de Montréal, François W. Croteau, commanditaire principal de l'événement, Robert Charlebois a pris d'assaut la scène, avec ses 3 musiciens et 40 instruments.

Le spectacle de Robert Charlebois restera gravé dans la mémoire des spectateurs, avec ses 110 minutes « d'une chanson et de 23 rappels » bien comptés, avant les deux vrais rappels. Goûter à 45 ans de créations musicales qui n'ont pas vieilli d'une ride fut un pur plaisir. Crédit photo : Flea (www.fleaspictures.com)

En pleine forme, de belle humeur, en poésie, en verve et en voix, le chanteur a promis aux nombreux participants une belle soirée, une de celles que l'on n'oublie pas. « Vous allez l'imprimer, celle-là », nous a-t-il lancé avec un clin d'œil.

Ce fut une soirée mémorable, même si les 10 000 $ recueillis cette année sont à mi-chemin du bénéfice réalisé il y a 2 ans. Cela reflète les difficultés vécues dans le secteur et les coupures

230 personnes ont vivement apprécié la soirée Imprime-Emploi.

exercées par les grandes entreprises pour soutenir de telles activités. Au sortir de la crise, il demeure que cette somme est tout de même importante et contribuera à renouveler l'équipement et à améliorer l'environnement de travail de jeunes de 18 à 35 ans en insertion socioprofessionnelle en imprimerie, en reliure et en finition.

Imprime-Emploi, qui célébrera son 15e anniversaire en 2011, compte sur trois sources de revenus pour assurer sa viabilité : ses activités commerciales d'impression et de finition, un financement d'Emploi-Québec pour assurer le salaire minimum des participants acceptés au programme et les frais de formation et d'encadrement, puis la collecte de fonds. En 2010-2011, Imprime-Emploi doit former 42 personnes, et l'organisme aurait pu accepter davantage de candidats. Ses études à la fin de l'encadrement révèlent que, au cours des trois dernières années, 70 % des participants ont trouvé un emploi ou ont poursuivi des études.

Les résultats sont donc bons. Malgré les aléas et le refroidissement du soutien des grandes entreprises, cette soirée du cinquième spectacle-bénéfice a été la plus belle, selon Michel Morin.

Diane Beauséjour et France Brodeur

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Activités de perfectionnement

offertes grâce à un financement provenant d'Emploi-Québec

Inscrivez-vous dès aujourd'hui
et profitez de formations offertes
à **aussi peu que 2 $ l'heure**.

Mise en page avec Adobe InDesign CS5
Les vendredis 11, 18 et 25 mars
de 8 h 30 à 16 h 30
21 heures
Formateur : Diane Beauséjour **42 $**

Introduction à la couleur et à la spectrophotométrie
Les vendredis 11 et 18 mars de 8 h à 17 h
16 heures
Formateur : Régent Bernier **32 $**

Les nouveautés de QuarkXPress 8
Le mardi 29 mars de 8 h 30 à 16 h 30
7 heures
Formateur : Diane Beauséjour **14 $**

Mélange des couleurs
Les vendredis 11, 18 et 25 février
de 8 h à 17 h
24 heures
Formateur : Régent Bernier **48 $**

Résolution de problèmes pour impression offset
Les samedis 12 et 19 mars de 9 h à 17 h
14 heures
Formateur : Karine Lapointe **28 $**

Résolution de problèmes en infographie
Les mercredis du 16 février au 20 avril
de 8 h 30 à 17 h
75 heures
Formateur : Diane Beauséjour **150 $**

Perfectionnement technique en flexographie
Les mercredis 9, 16, 23, 30 mars
et 6, 13, 20 et 27 avril de 13 h à 17 h
32 heures
Formateur : Régent Bernier **64 $**

Pour développer vos connaissances
et augmenter vos chances de succès… inscrivez-vous à l'ICGQ !

Vous devez cependant répondre à certains critères. Consultez notre site Internet au

www.icgq.qc.ca

Pour plus d'informations :
seminaire@icgq.qc.ca

Pour vous inscrire
Il faut remplir le formulaire d'inscription et nous le retourner par fax ou par courriel. Une confirmation d'inscription vous sera ensuite envoyée. Nous acceptons le paiement par carte de crédit (Visa et MasterCard), par chèque à l'ordre de l'Institut des communications graphiques du Québec.

INSTITUT DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES DU QUÉBEC
999, avenue Émile-Journault Est, Montréal (Québec) H2M 2E2
Tél. 514 389-5061 **Téléc.** 514 389-5840 **Site Internet** www.icgq.qc.ca

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Gérer la **sécurité des travaux d'entretien** et de **sous-traitance**

Qu'ils soient réalisés par le personnel de l'entreprise ou par des sous-traitants, les travaux d'entretien doivent répondre aux mêmes règles de sécurité.

Lors de travaux d'entretien, l'entreprise doit informer ses travailleurs et sous-traitants des risques et les former sur l'application des mesures de prévention en place.

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

Les travaux d'entretien contribuent à la diminution des risques de lésions et assurent la bonne marche des opérations. À la différence des activités courantes, ces travaux requièrent une expertise particulière. L'entreprise doit veiller à ce qu'ils soient effectués par du personnel qualifié en confiant, par exemple, les travaux d'électricité à un électricien certifié. Par ailleurs, l'entreprise qui a recours à des sous-traitants a l'obligation d'assurer leur sécurité au même titre que celle de ses employés.

Quelques principes de gestion efficace

Il est important de se doter d'un processus de gestion à l'intérieur duquel on établira, par exemple, la nature des travaux à effectuer (consultez votre programme d'entretien préventif), les risques qui y sont rattachés et les compétences particulières requises pour les réaliser. On distinguera les travaux effectués en interne de ceux confiés à des sous-traitants.

Pour les travaux en sous-traitance, il faudra établir des critères de sélection, vérifier les qualifications des sous-traitants et prévoir les modalités d'accueil en fonction de la nature et de la dangerosité des travaux. Pour les travaux exécutés par le personnel de l'entreprise, il conviendra de mettre en place des procédures ou des méthodes qui permettent la réalisation des travaux de façon sécuritaire, de convenir d'un mécanisme pour communiquer toute anomalie et d'y remédier.

Toutes les personnes qui exécuteront des travaux d'entretien doivent être informées des risques en présence et recevoir une formation sur l'application des mesures de prévention en place. L'entreprise implantera des mécanismes pour superviser la conformité des travaux et évaluer leur qualité dans une perspective d'amélioration. Enfin, l'entreprise consignera tous les documents associés aux travaux d'entretien.

Des outils d'aide

Plusieurs outils, dont le programme d'entretien préventif, le permis de travail et les fiches de cadenassage, peuvent aider les entreprises à communiquer à ses travailleurs et aux sous-traitants la nature des travaux à réaliser, les risques associés, ainsi que les mesures de prévention à adopter avant d'entreprendre des travaux d'entretien.

Pour vous aider à mesurer l'efficacité de votre processus de gestion des travaux d'entretien et de sous-traitance, répondez au questionnaire dynamique proposé par l'ASP imprimerie. ■■

Denise Laganière

P.-S. : Le questionnaire dynamique est accessible à l'adresse suivante : www.aspimprimerie.qc.ca sous la rubrique prévention@distance (réservée aux employeurs et travailleurs du secteur), sous *Les eSSenTiels/Les outils de la prévention*.

L'Association paritaire de santé et de sécurité du travail, secteur imprimerie et activités connexes, connue sous le nom d'ASP imprimerie, est née en 1983, dans le cadre de la *Loi sur la santé et la sécurité du travail du Québec*. Par ses activités de formation, de conseil et d'assistance et par ses différentes publications, l'ASP imprimerie cherche à susciter et à faciliter la prise en charge de la prévention par les gens qui travaillent en entreprise. Son but est de favoriser la mise en place et le maintien de mesures de prévention au profit des travailleurs et des employeurs.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Besoin de faire le point sur

les grandes tendances et innovations

de l'industrie ?

Assistez aux Grandes conférences Vigicom !

Chaque année, le service de veille de l'ICGQ présente une série de conférences axée sur les sujets chauds de notre Industrie : emballages, certifications, écoresponsabilité, toute l'information nécessaire pour vous aider à prendre des décisions éclairées.

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

INSTITUT DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES DU QUÉBEC

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Optimisme élevé sur le secteur des étiquettes

Durant trois jours, les producteurs d'étiquettes ont envahi les trois halls du salon Labelexpo Americas, à Chicago.

Le nombre de fabricants de presses numériques pour étiquettes est passé de 8 à 30, au cours des 5 dernières années.

Malgré la grisaille économique résiduelle de la fin de l'été 2010, près de 400 fournisseurs de l'industrie se sont réjouis comme exposants du salon Labelexpo Americas. Le nombre de visiteurs a affiché une hausse de 5 % par rapport à 2008, totalisant au-delà de 12 700 visiteurs de 68 pays, selon Tarsus, organisateur du salon.

« Les visiteurs sont venus avec un but en tête, non seulement pour faire du lèche-vitrine », déclare Nigel Walsh, de Heights UK, fabricante de développeuses de plaques offset et flexo. « Nos résultats ont dépassé nos attentes avec des projets et plans pour un sérieux programme de suivi ! »

Grand événement mondial pour les secteurs de l'étiquette, de l'impression en laize étroite, de la décoration de produits, de la transformation et de l'emballage, Labelexpo Americas a prouvé que ces secteurs sont résilients et récupèrent bien, en plus d'être innovateurs.

Des avant-premières nord-américaines

Domino et Epson, par exemple, ont montré des presses numériques en avant-première en Amérique du Nord. La presse jet d'encre 4 couleurs N600 de Domino, avec une cadence de 75 m par heure, et la SurePress L-4033 A d'Epson avaient été lancées à Ipex en mai. Conçu pour les fabricants d'étiquettes qui font leurs premiers pas en numérique ou qui augmentent leur capacité d'impression numérique, le modèle Epson est une presse courts tirages polyvalente, livrée avec des options prépresse et postpresse répondant à divers besoins et budgets.

De son côté, INX International, troisième plus grand producteur d'encres en Amérique du Nord, comptant 20 installations aux États-Unis et au Canada, offrait un aperçu technologique de sa presse laize étroite NW100. « Plusieurs imprimeurs d'étiquettes traditionnels sont venus nous voir », dit Jim Lambert, vice-président de la division numérique INX. « Ils recherchaient une presse autonome comme la NW100, qui sera lancée au cours du premier trimestre de 2011. »

Des chefs de file comme HP, Kodak, Xeikon, Omet, Esko Artwork et Prati ont aussi présenté de nouveaux produits, utilisant le salon comme plateforme pour établir de nouveaux partenariats. Nilpeter et Mark Andy ont chacun vendu 18 presses durant le salon, tandis que MPS et Xeikon en ont vendu 11 chacune. Grafotronic en a vendu quatre sur son stand.

« Le salon a répondu à notre objectif principal, soit de dire aux transformateurs que les flux de production flexo entraînent une meilleure productivité pour les courts triages », dit Mary Sullivan, chez Mark Andy. Après le salon, son entreprise a déclaré avoir vendu 12 autres presses Performance Série P5. Dans le cadre du lancement du modèle P5 à Labelexpo, Mark Andy montrait qu'il était possible de configurer et de changer quatre travaux différents en six minutes.

Le stand de la presse Gallus était un immense camion-remorque. Dans le cadre d'une tournée promotionnelle de sa presse ECS 340, Gallus faisait son premier arrêt en Amérique du Nord, à Labelexpo. La presse flexo ECS 340, avec sa base en granit technique, était une vedette analogique du salon.

Les ateliers sur les nouvelles technologies ont fait fureur, où quatre presses de Nilpeter, EFI Jetrion, HP et Xeikon fonctionnaient côte à côte. Un modérateur animait chaque démonstration afin de voir comment chaque presse était configurée pour produire le même travail sur des supports de qualité identique. Le but était de montrer aux spectateurs comment configurer et utiliser des presses pour étiquettes, classiques ou numériques, afin d'optimiser les performances d'impression et la qualité, en utilisant différentes plateformes technologiques.

suite à la page 30

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Les problèmes techniques vous angoissent ?

Les services techniques de l'ICGQ peuvent vous aider !

Amélioration de la productivité, techniques et technologies d'impression, prépresse, flux de production, gestion de la couleur, encres, papiers, analyses, veille technologique

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

INSTITUT DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES DU QUÉBEC

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

L'industrie est sortie de sa coquille !

Des activités nouvelles ou remises au goût du jour attirent l'industrie.

Pour notre grand plaisir, nous avons accueilli plus de 200 participants.

Plusieurs événements ont eu lieu le 18 novembre dernier à l'ICGQ. Sur un fond de coquillages, une marée d'invités sont venus assister à la remise des Prix Qi Écoresponsabilité de l'industrie graphique, à l'annonce de l'installation à l'Institut des communications graphiques du Québec (ICGQ) d'une presse numérique iGen3 de Xerox, don de la Ville de Montréal et de Xerox, qui permettra aux élèves en infographie et en techniques de l'imprimerie du Collège Ahuntsic d'enrichir leurs connaissances en impression numérique, à l'annonce par André Dion, directeur général de l'ICGQ, d'une entente de collaboration avec le Comité sectoriel des communications graphiques (CSMO) concernant la Mutuelle de formation destinée aux entreprises de notre secteur et, enfin, à la partie d'huîtres tant attendue de l'industrie.

La partie d'huîtres 2010 remporte un franc succès

Les Artisans des arts graphiques de Montréal ont organisé une partie d'huîtres, qui a séduit l'industrie. Organisée conjointement avec l'ICGQ, cette première édition a dépassé nos attentes. Nous espérions accueillir une centaine de participants tout au plus, et, pour notre grand plaisir, nous en avons reçu plus de 200. Je remercie sincèrement tous les professionnels de notre industrie qui ont répondu en si grand nombre à notre invitation.

Nous savions que cette traditionnelle rencontre automnale, autrefois organisée par un marchand de papier, manquait énormément à tous les membres de notre communauté. Ce rassemblement était un *must* pour toute l'industrie. Une fois par année, la partie d'huîtres était le prétexte parfait pour nous regrouper et nous donner la chance de croiser des collègues et collaborateurs que nous avions côtoyés au cours de notre carrière ou parcours professionnel. La renaissance de la partie d'huîtres avait exactement ce but.

L'immense succès de cette soirée nous confirme que le besoin existait toujours pour une telle rencontre et nous motive fortement à rééditer l'événement en novembre 2011. Nous comptons évidemment sur vous tous pour en faire la promotion auprès de vos consœurs et confrères de l'industrie.

Le Gala Gutenberg 2011

Nous travaillons déjà à l'organisation du Gala 2011 et nous sommes heureux de vous annoncer que la participation au concours est toujours aussi importante. Le nombre de pièces soumises est constant, et il se rajoute toujours de nouveaux participants.

Le Gala Gutenberg aura lieu cette année le 19 avril à Laval. Malgré les belles années passées au Cabaret du Casino de Montréal, soyez assurés que l'édition 2011 sera toujours à la hauteur de vos attentes. La nouvelle salle du Gala nous permettra cette année de refaire le cocktail préGala et d'y exposer toutes les pièces lauréates. Nous sommes convaincus que cette partie de la soirée sera appréciée des participants, qui pourront voir l'exposition, tout en fraternisant. ■■

Christian Barbe

Les Artisans des arts graphiques de Montréal

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Le rendez-vous de l'année ! 201

Le mardi 19 avril 2011, à Laval

Réservez vos billets par téléphone auprès du Secrétariat des AAGM en composant le 514.844.3224, du lundi au vendredi entre 9 h et 17 h.

Votre billet vous donne droit au cocktail, au banquet (vin compris), ainsi qu'à la présentation du prix coup de cœur, des trophées Gutenberg et du Grand Gutenberg et au tirage d'un prix de présence.

NOUVEAU : exposition des pièces lauréates lors du cocktail en début de soirée.

Prix du billet : 225 $ par personne

Gala Gutenberg

L'événement annuel des Artisans des arts graphiques de Montréal

Merci à nos partenaires 2010

xerox
Transcontinental
Desjardins Centres financier aux entreprise
huber group Hostmann-Steinberg
SunChemical Limitée
ENVIRO100 de Cascades
sappi
GROUPE DE DISTRIBUTION DOMTAR JBR La Maison du Papi
FUJIFILM
Dollco Printing A Dollco Corporation Company
HEIDELBERG
WORLDCOLOR
hp
AU POIN REPROTEC
tactic solutions de gestion sur mesure
PHOTO GRAPHIQUE MF INC.
Les Entreprises Lamcoil inc
manroland
communications imprimées bellemare
UNIGLOBE Voyages
Bel·Fast
Québec Imprimerie
Canadian Printing Industries Association
Association Canadienne de L'Imprimerie
INSTITUT DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES DU QUÉBEC
Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec
DAUNAIS COMMUNICATIONS GRAPHIQU
Les productions Sylvain Fort
multivet médi

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Au-delà de la **formation** sur **presse**

Transcontinental Mexico récolte les avantages de la simulation sur presse.

Que faites-vous lorsque vous vous implantez dans un tout nouveau marché géographique qui n'offre pas de formation approfondie aux opérateurs de presse ? Transcontinental, elle, a acheté un simulateur de presse.

Transcontinental, le plus grand imprimeur commercial du Canada, dont le siège est à Montréal, utilise des simulateurs d'impression offset sur presse rotative (WebSim-Heatset) et sur presse à feuilles (SheetSim-SHOTS). Bien que la formation au moyen de simulateurs soit offerte dans l'ensemble de la société, la plus grande utilisatrice est sa filiale Transcontinental Mexico.

En 1998, Transcontinental s'est établie au Mexique, par l'acquisition d'une participation majoritaire dans l'imprimerie familiale Refosa (Reproducciones Fotomecanicas s.a. de c.v.), dans la région d'Azcapotzalco, à Mexico. Quatre ans plus tard, elle a acheté les actions résiduelles. Durant la même période, elle a commencé à construire une nouvelle usine à Toluca. En 2002, Transcontinental a acheté une autre entreprise familiale, EOSA (Editorial Offset s.a. de c.v.), dans la région de Xochilmilco, au sud de Mexico.

Transcontinental Mexico compte maintenant 850 employés répartis dans trois usines, qui prennent en charge l'impression pour les secteurs du détail, des journaux, des livres, des magazines et des catalogues.

Établir une base d'employés

« L'expansion au Mexique a été un réel défi car, bien que les équipes en place soient qualifiées, les investissements majeurs dans la technologie ont entraîné un besoin de mise à niveau de leurs compétences. Un programme de formation rapide, approfondi et efficace était nécessaire », dit François Ouellet, vice-président de la fabrication et des opérations, pour Transcontinental Mexico. « Lorsque j'ai visité l'usine de Transcontinental à Boucherville, au sud de Montréal, j'ai vu quelqu'un utiliser un simulateur de la société Sinapse Press Simulators et je me suis dit : « C'est fantastique ! »

Peu de temps après, Transcontinental a signé un contrat avec l'Institut des communications graphiques du Québec, établi à Montréal, qui distribue les simulateurs de presse de Sinapse au Canada afin de les utiliser au sein du groupe et à ses usines du Mexique. Transcontinental Mexico est ainsi devenue la plus importante utilisatrice des simulateurs de presse au sein de Trancontinental.

Les simulateurs recréent l'expérience de la conduite d'une presse, tout comme un simulateur de vol recrée l'expérience du pilotage d'un avion. Ils permettent aux opérateurs de presse et stagiaires de se mesurer à un plus grand nombre de conditions de presse qu'ils ne rencontrent pas au quotidien sur une presse réelle. Ils peuvent également apporter des réglages sur la presse virtuelle et voir les résultats, sans engager des coûts de production.

Le modèle de formation du formateur

Pour sa première formation sur simulateur, Transcontinental Mexico a délégué sept employés de la production, du prépresse et des ressources humaines à l'ICGQ, durant une semaine. Ces employés sont revenus comme formateurs à leurs installations locales.

Durant la formation à l'ICGQ, les pressiers ont appris à créer leurs propres exercices de simulation. Une fois de retour, ils ont utilisé leurs connaissances pour enrichir la bibliothèque standard de Sinapse en développant des exercices particulièrement adaptés à leurs marchés locaux.

« Au Canada, nos usines sont hautement spécialisées mais, au Mexique, toutes les usines produisent une large gamme de travaux commerciaux », commente M. Ouellet. « Nous fonctionnons sur trois quarts de travail et utilisons beaucoup de papier, d'encre et de changements de pli durant chacun d'eux. Compte tenu du niveau élevé de variations, il est difficile pour les opérateurs de développer une expérience

Les simulateurs WebSim et SheetSim-SHOTS sont extrêmement utiles pour aider les employés à comprendre comment leurs choix se répercutent sur le chiffre d'affaires.

INSTITUT DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES DU QUÉBEC

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

approfondie. Les simulateurs WebSim-Heatset et SheetSim-SHOTS les confrontent à des situations qui pourraient prendre des années à se produire sur presse. »

Les employés de Transcontinental Mexico passent entre 10 et 15 heures par mois en formation sur les simulateurs, selon l'usine où ils travaillent. Selon M. Ouellet, entre 50 et 60 personnes au total ont suivi une formation au cours des dernières quatre années et demie.

L'utilisation accrue de la simulation

Transcontinental Mexico avait défini deux objectifs de base concernant l'utilisation des simulateurs. Elle voulait raffiner les compétences de ses pressiers en place et rehausser le niveau de compétences des aides-pressiers pour qu'ils puissent faire tourner la presse. Ce processus a pris entre six mois et un an à se réaliser.

Une fois ces objectifs atteints, Transcontinental a commencé à trouver d'autres utilisations aux simulateurs. L'une d'entre elles consiste à offrir une formation aux employés du service à la clientèle, du prépresse et des ventes afin d'augmenter leurs connaissances et leur sensibilisation aux problèmes sur presse, lorsqu'ils parlent aux clients. « Lorsqu'un tirage est lancé, il faut s'assurer que le résultat sera parfait, car toute variation se répercute sur la gâche », explique M. Ouellet. « Dans ce marché concurrentiel, on ne peut se permettre une perte de papier, d'encre ou de temps. »

Transcontinental Mexico accueille souvent des clients à ses usines et les encourage à passer du temps sur les simulateurs. Ceci s'avère souvent une expérience de sensibilisation, et ces clients développent rapidement un plus grand respect envers l'impression et les exigences sur presse.

Les superviseurs qui peuvent ne pas posséder de connaissances de production imprimée reçoivent également une formation sur simulateur. « Parfois, ils viennent d'autres services de l'entreprise, comme de la reliure, où ils sont peu familiers avec le processus d'impression », indique M. Ouellet. « Devant le simulateur, ils peuvent mieux comprendre le service d'impression dans son ensemble. »

L'utilisation de la simulation pour l'embauche

Les simulateurs se sont révélés utiles pour l'embauche. Ils permettent au service de recrutement de Transcontinental Mexico de tester le niveau de compétence d'un candidat avant de l'embaucher. « Nous associons les candidats avec quelqu'un qui connaît le programme, puis leur demandons de résoudre des problèmes », dit M. Ouellet. « Nous découvrons très rapidement s'ils sont des pressiers expérimentés. »

Le simulateur WebSim-Heatset, en particulier, a été très précieux en 2009, lorsque Transcontinental a installé sa nouvelle presse Goss Sunday 2000. Bien que ces presses soient installées dans d'autres usines canadiennes, c'était la première installation au Mexique. « C'était une toute nouvelle technologie », poursuit M. Ouellet. « Goss fournissait une formation sur la presse, mais nous devions sélectionner les opérateurs qui recevraient cette formation. Nous devions ensuite mettre les connaissances des autres opérateurs à niveau pour combler les postes vacants. »

Il s'agissait d'une décision d'embauche essentielle. En fin de compte, les opérateurs pressiers qui ont obtenu les meilleurs résultats sur le simulateur ont été sélectionnés pour recevoir la formation. « Une année plus tard, nous sommes très contents de nos choix », dit-il.

Sur une base quotidienne, le rendement sur le simulateur est utilisé pour justifier les révisions d'échelle salariale.

Sensibiliser les clients

Transcontinental profite également de la manière dont les calculateurs du coût de fonctionnement sur les simulateurs ont sensibilisé ses employés aux conséquences financières de leurs décisions.

« Une gâche papier trop importante, une mise en train trop longue ou une mise en couleurs incorrecte, le calculateur s'emballe », fait observer M. Ouellet. « Les simulateurs WebSim et SheetSim-SHOTS sont extrêmement utiles pour aider les employés à comprendre comment leurs choix se répercutent sur le chiffre d'affaires. Leur capacité à contrôler les coûts fait partie de leur évaluation de rendement. »

Avec le recul, M. Ouellet est impressionné par la vaste gamme d'avantages que l'entreprise a retirés des simulateurs. Au départ, Transcontinental Mexico a signé le contrat pour former des opérateurs de presse et aider les pressiers à améliorer leurs compétences. « Avec le temps, nous avons trouvé un lot d'utilisations différentes que nous ne pouvions imaginer au départ », ajoute-t-il.

L'expérience de la simulation de presse de Transcontinental a été à ce point positive qu'elle accroîtra le nombre de simulateurs afin de former encore plus de personnes en même temps. ■■

INSTITUT
DES COMMUNICATIONS
GRAPHIQUES DU QUÉBEC

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Une **corne** d'abondance

L'événement Interquest de l'automne stimule l'imagination de l'industrie.

Tous les participants avides de connaissances sont repartis avec des munitions stratégiques pour la poursuite de leurs activités dans leur secteur particulier.

La dernière édition de l'événement Interquest, présenté en deux parties distinctes et sur deux jours, s'est tenue les 20 et 21 octobre derniers. Le premier volet a porté sur l'impression numérique et la communication multicanale, le deuxième, sur l'impression numérique de livres et de manuels. Tous les participants avides de connaissances sont repartis avec des munitions stratégiques pour la poursuite de leurs activités dans leur secteur particulier.

Gilles Biscos, président d'Interquest, a fait le point sur l'état et les grandes tendances du marché de l'impression numérique de livres.

Le multicanal

Le marketing direct est au cœur de l'évolution de la personnalisation des documents.

Selon Yannick Gagné, Communications numériques, Compagnies du groupe Data, il n'y a plus d'obstacles au marketing direct ! Les bases de données peuvent désormais être louées, le budget de lancement ne serait plus un frein au déploiement d'une campagne et des ressources informatiques spécialisées sont désormais accessibles chez les imprimeurs. Les propos de Daniel Cornelius, de la société PRIME, laissent entendre qu'il faut instaurer une nouvelle façon d'appréhender les campagnes marketing, à savoir : il faut plutôt considérer le rendement sur l'objectif que le rendement de l'investissement.

Le sujet de la communication multicanale a donné lieu à la présentation d'exemples frappants, tel celui présenté par Mark Morin, Stratégies Marketing Direct, sur la campagne Maybelline, laquelle a démontré que le taux d'efficacité d'une campagne personnalisée a été entre 10 et 20 % supérieur à celui des campagnes précédentes et qu'entre 10 et 20 % des clientes venaient de la concurrence.

Alex Nuta, de Varibase, est venu poser quelques bémols en soulignant les difficultés qui persistent en matière de marketing direct, notamment au chapitre des habitudes et de la participation issues des différentes spécialités marketing. Il a bien sûr mis en valeur la dernière innovation de Varibase, qui consiste à séparer la base de données transactionnelle et la base de données marketing. Pour sa part, Daniel Longpré, Solutions multicanales, chez Postes Canada, s'est notamment attardé sur le nouveau service Intelliflot (voir *La rentabilité jusqu'au bout,* en page 8).

Tout au long de cette journée très instructive, il a aussi été question de l'importance de la cohérence des documents envoyés aux clients et de la pertinence de la segmentation du marché.

Le livre encore imprimé

La deuxième journée a permis de faire le point sur la synergie et la concurrence entre le livre papier et le livre numérique et sur les innovations en impression numérique. On y a appris que la tendance de la migration vers le livre électronique est effectivement amorcée, mais le lecteur souhaite encore avoir la version imprimée. Des chiffres éloquents ont décrit la situation du marché du livre ; on a pu y apprendre que le livre représente un marché de 40 milliards de dollars de ventes aux États-Unis, contre 3 milliards en Europe et que, en 2009, les ventes

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Les nombreux participants de l'événement Interquest ont également discuté avec les exposants dans la salle d'impression de l'ICGQ, où se déroulait l'événement.

ont diminué de 1,8 % aux États-Unis, alors qu'elles ont augmenté de 1 % (soit 4 % en volume) au Canada.

Comme on s'en doutait, l'impression numérique connaît une croissance soutenue. L'intérêt des éditeurs est au diapason de cette croissance, compte tenu des avantages de la réduction des stocks et des taux de retour, des nouvelles possibilités offertes telle l'impression distribuée, soutenue par une approche centralisée (Amazon, Lightening Source) ou une approche décentralisée (Espresso Book Machine – comme celle installée à l'Université McGill). D'ici trois ans, l'impression numérique devrait représenter 3 % du marché total du livre, alors qu'elle ne représente que 1 % en 2010.

Les innovations en impression numérique, telles que les derniers développements en noir et blanc des machines feuilles Kodak Digimaster et Océ Varioprint et des dispositifs à bobine, tels que Océ VS800, Xerox 650/1300 ou ceux d'Infoprint Solutions ou de Nipson, ont été évoquées. Les avancées couleur des presses à feuilles (HP Indigo 7000, Kodak Nexpress 3600, Xerox iGen4) et à bobine (HP Indigo 7200, Océ Colorstream 10000, Xeikon 8000) et celles des rotatives jet d'encre haute vitesse (HP, Infoprint, Océ Jetstream, Impika 2400, Kodak, Screen TruePress, Xerox) ont été également abordées.

Il a bien sûr été question de la finition et de la petite révolution de la colle PUR, des nouvelles solutions en ligne de finition, de pelliculage et de vernissage. Les développements du côté des papiers ont été abordés, car de nombreuses nouveautés élargissent les possibilités pour les éditeurs et les imprimeurs.

Anita Blinkal, de Cascades, a révélé que la diminution de l'imprimé par rapport au document électronique a déjà fait chuter la demande en pâtes et papiers, la faisant passer de 32 millions de tonnes en 2004 à 25 millions en 2010. Cascades a indiqué qu'une baisse de 7 millions de tonnes (tous papiers confondus) est envisagée d'ici les 30 prochaines années. Par contre, la part du papier destiné à l'impression numérique est en croissance, étant passée de 1 % en 2004 à 5 % en 2010.

Selon les analyses de Cascades, le prix du papier importe moins au consommateur que sa qualité et sa performance sur presse. Or, l'utilisation croissante du jet d'encre accroît les problèmes liés au désencrage et pressent les papetières à trouver des solutions au recyclage. La problématique vient surtout du grand nombre de dispositifs d'impression numérique et des progrès rapides de la technologie. Comme les papiers sont encore peu adaptés, le défi consiste pour les papetières à collaborer plus étroitement avec les fournisseurs d'encre et de machines afin de réduire le problème du désencrage.

Tout comme par le passé, on a discuté des tirages plus courts, qui peuvent parfois se résumer à la production d'un seul exemplaire de livre. Aujourd'hui, cependant, on parle de tirages plus longs, désormais rendus possibles grâce aux innovations des dispositifs à jet d'encre de production. Enfin, l'autoédition représente un nouveau marché d'impression, et, si les grands auteurs s'y mettent, les recettes des éditeurs pourraient en souffrir.

En partenariat avec l'ICGQ, avec le soutien du magazine Qi – Québec imprimerie, Xplore Canada et la collaboration des bibliothécaires professionnels du Québec, l'événement était commandité cette année par GMC, HP, Ricoh InfoPrint Solutions, KBR Graphique Canada, Kodak, Konica Minolta, Océ, Transcontinental et Xerox. ■■

France Brodeur, Alice Vermeulin et Laurette Vieille-Grosjean

Le dispositif jet d'encre de production de Xerox à 56 têtes d'impression piézoélectriques compte plus de 49 000 buses, qui projettent près de 2 milliards de gouttelettes par seconde. Cette technologie est conçue pour produire un impact couleur élevé sur papier ordinaire.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

suite de la page 22

Numérique : plus qu'une niche

Le nombre de fabricants de presses numériques pour étiquettes a quasi quadruplé, passant de 8 à 30, au cours des cinq dernières années. Un des trois halls était dédié exclusivement aux technologies numériques et connexes, et environ 20 % des visiteurs se sont concentrés sur cette aire.

La presse numérique HP Indigo WS6000 imprime jusqu'à 98 pieds par minute en mode quatre couleurs et est compatible avec une gamme de supports, du matériau souple extra-mince aux étiquettes et manchons rétractables, jusqu'au cartonnage. Les presses HP Indigo sont les seules solutions numériques pour étiquettes et emballages qui utilisent réellement les encres d'accompagnement sous licence Pantone, ou l'émulation de quatre, six et sept couleurs d'accompagnement sous licence Pantone, permettant aux transformateurs de répondre aux exigences couleur des propriétaires de marque.

HP a déclaré que ses installations de presses numériques Indigo pour étiquettes et emballages atteignaient le millier, dans le monde entier. « Ce chiffre inclut 130 installations de notre presse pour grands volumes HP Indigo WS6000 dans plus de 30 pays », précise Alon Bar-Shany, vice-président et directeur général de la division Indigo. HP a également montré sa populaire presse Indigo WS4500, ainsi que la presse à feuilles Indigo 5500, présentée en avant-première à Labelexpo, pour la production d'étiquettes et de cartonnages coupés et empilés.

Xeikon a mis l'accent sur sa migration vers les marchés de l'étiquette et de l'emballage. Elle a exposé la presse numérique pour étiquettes 3500, qui peut traiter des largeurs de supports allant jusqu'à 20,3 pouces, un format qui permet aux producteurs d'étiquettes d'accepter une gamme élargie d'applications numériques avec une qualité d'image de 1 200 dpi. De plus, elle peut traiter jusqu'à 3,8 millions de pieds carrés par mois.

« Xeikon et Color Logic se sont associées sur le salon pour produire des étiquettes aux couleurs riches grâce à l'utilisation

Roland DGA a remporté le prix 2010 Label Industry Global Award dans la catégorie Innovation, pour la technologie de l'imprimante jet d'encre grand format UV-DEL grand format avec découpe intégrée, VersaUV LEC-330, proposée en 54 et en 30 pouces. « La capacité de la VersaUV d'imprimer sur presque tout support, dont les matériaux transparents à l'aide de l'encre blanche, de simuler le vernis de sélection, le gaufrage et d'autres effets de texture, ainsi que de découper des formes complexes sans montage de matrice. En fait, elle est une machine adaptée à l'impression en court tirage d'étiquettes et de prototypes d'emballages », dit Rick Scrimger, vice-président et directeur général pour Roland DGA. La technologie VersaUV LEC est certifiée Energy Star et est dotée d'un système avancé de circulation d'encre, pour minimiser le temps et les coûts. En plus de découper parfaitement le contour de l'image imprimée, la VersaUV perfore et raine des graphismes, offrant ainsi une solution de production complète en un seul dispositif. Le RIP VersaWorks est inclus et comprend la bibliothèque de plus de 70 textures de Roland.

suite à la page 38

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

© Photo : Dorota Kaszczyszyn

Vous aimez nos services ?
Soutenez votre Institut et économisez !

Devenez membre de l'ICGQ et soyez un partenaire privilégié

20 % de rabais sur tous nos services

– Formation
– Consultation technique
– Analyses d'imprimabilité

Un rabais sur les conférences VIGICOM

– Sujets d'actualité
– Innovations de l'Industrie

Deux heures de consultation gratuites par année

– Consultation technique
– Productivité

Un accès exclusif

au centre de documentation et à la location de nos locaux

***PDF de la brochure complète du membership de l'ICGQ et du formulaire d'inscription sur notre site Internet : www.icgq.qc.ca**

INSTITUT
DES COMMUNICATIONS
GRAPHIQUES DU QUÉBEC

consultation | formation | recherche | information

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Les **bienfaits** du **partage**

Être écoresponsable est un concept qui fait rapidement son chemin dans l'industrie et dans la société. Le lauréat du Prix Qi Écoresponsabilité 2011 en témoigne.

Le Programme de gestion globale de l'énergie est la pierre angulaire de l'approche écoresponsable de Transcontinental.

Les moyens de transport de l'avenir, l'écocarburant, les nouvelles énergies renouvelables, les achats de proximité, le recyclage ou la revalorisation des matières usées sont autant d'exemples retrouvés dans la société. Dans les entreprises, la promotion d'une gestion rationalisée est également préconisée depuis quelques années. La réduction du mouvement des biens, la prévention d'une surproduction, la réduction des déchets et l'utilisation judicieuse des ressources sont des facteurs qui sont appliqués tant pour grossir le capital économique des entreprises que le capital écosocial.

Les fabricants de l'industrie graphique ont emboîté le pas des technologies vertes depuis quelque temps déjà et s'emploient à les diversifier et à les faire adopter par les utilisateurs finaux, soit les imprimeurs et autres professionnels de l'industrie.

Donald Simard, chef de service Environnement, Achats, Énergie et du comité Développement Durable, a accepté le Prix Qi Écoresponsabilité 2011, remis en collaboration avec le commanditaire Recyc-Québec, au nom de la société Transcontinental. M. Simard nous confie avoir participé et remporté un prix lors du concours organisé par notre confrère canadien PrintAction. Il s'est dit qu'il devait y avoir quelque chose à faire au Québec. « Il n'y a pas beaucoup de reconnaissance au Québec. Lorsque nous avons découvert le Concours Qi Écoresponsabilité de l'industrie graphique, nous avons décidé d'y participer », dit-il. « Au départ, c'était plus simple, car nous pouvions répondre en français, et le formulaire était explicite et relativement simple à remplir. Vous comprenez que notre temps est limité pour de telles activités ! »

Le Programme de gestion globale de l'énergie (GEM) est la pierre angulaire de l'approche écoresponsable de Transcontinental. Dans le cadre de celui-ci, la société a réussi à réduire sa consommation d'énergie de 10 % dans l'ensemble de ses installations. Socialement, le GEM a permis de sensibiliser tous les employés à l'utilisation de l'énergie. « Cette sensibilisation n'est pas toujours facile, car la plupart des gens produisent sans se soucier de la consommation d'énergie. Pourtant, l'énergie est une dépense importante en imprimerie », explique M. Simard.

À chacune de ses installations, Transcontinental désigne un champion d'économie d'énergie, qui est un rassembleur et fervent défenseur du développement durable. Son rôle consiste à communiquer l'information et à mettre en œuvre les directives. Cette personne forme un comité qui, par des remue-méninges périodiques, soumet des idées d'économie d'énergie. Tous les comités sont encadrés par un spécialiste du siège social, qui les guide dans leur démarche. Environ 30 mesures ont été générées par de tels comités, lesquelles sont répétées dans d'autres usines similaires. « Certaines de nos usines participent aux profits ; elles souhaitent donc doublement participer au programme GEM et à réduire leurs coûts, tout en étant respectueuses de l'environnement », précise M. Simard.

« Notre premier rapport sur le développement durable, en 2009, souligne les aspects financier, social et environnemental. Nous poursuivons nos efforts en vue de maîtriser la chaîne des effluents tant pour l'air, l'eau que pour les déchets d'impression et activités connexes », poursuit-il. Il indique que les municipalités exercent des contrôles des rejets plus rigoureux. Transcontinental s'assure de répondre aux normes.

Pour l'avenir, la société travaillera en vue de continuer à réduire les déchets et à s'assurer que tout sera recyclable. L'eau, dont le coût est plus élevé que le gaz naturel, selon

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

De g. à dr. : Serge Baril, usine de Louiseville, Claude Ferland, siège de Saint-Laurent, Yves Marchand, usine de Saint-Hyacinthe, Charles Lécuyer, siège de Saint-Laurent, Éric Bouchard, Transcontinental Direct Montréal, Donald Simard, siège de Saint-Laurent, Martin Archambeault, Litho Acme Montréal, Pierre McCann, usine de Louiseville, et Alain Doutre, Litho Acme Montréal

M. Simard, est le prochain aspect sur lequel Transcontinental déploiera des efforts.

Transcontinental rédige son deuxième rapport, qui définira les objectifs et accentuera la recherche de produits qui utilisent moins d'énergie et d'eau et qui dégagent moins de COV. « Ces produits entrent dans une approche de développement durable et doivent être également viables financièrement », ajoute-t-il.

« Tout événement qui promeut l'écoresponsabilité, qui regroupe les acteurs de l'industrie et qui permet d'échanger est bénéfique pour nous et pour l'industrie. En outre, le fait d'avoir une approche de développement durable donne plus de poids aux entreprises », conclut-il.

La soirée de la remise du Prix Qi Écoresponsabilité de l'industrie graphique, le 18 novembre dernier, est venue couronner les efforts de Transcontinental. Le jury n'a pas eu la partie facile : le couronné était talonné de près par d'autres participants. Les non-élus de cette année devraient être encouragés à participer l'année prochaine, sur la base de leur expérience et de leur engagement d'avenir. Au plaisir de parler de vous l'année prochaine! ■■

France Brodeur

Le nouveau *Règlement sur la redevance exigible pour l'utilisation de l'eau*, entré en vigueur le 1er janvier 2011, donne raison à M. Simard. La redevance sur l'eau vise toutes les industries qui prélèvent ou utilisent 75 m³ d'eau ou plus par jour, en la puisant directement à la source ou par l'intermédiaire d'un réseau d'aqueduc.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Du **statique** au **dynamique**

La nouvelle famille Acrobat X

Les documents électroniques deviennent des outils de communication riches et dynamiques.

Acrobat présente, avec sa dernière génération Acrobat X, une évolution qui va au-delà de la simple productivité. Ali Hanyaloglu, de Solutions Acrobat pour Adobe, a guidé Qi dans la découverte du nouveau produit avant son lancement, l'automne dernier.

Il note d'emblée que les documents statiques sont toujours importants, mais les attentes concernant ces documents continuent d'évoluer et le travail en équipe dans différents lieux augmente. Acrobat X apporte une solution pour travailler efficacement, tout en répondant aux objectifs de production. Ainsi, lorsque des imprimeurs reçoivent des fichiers PDF pour une production haut de gamme pour leurs clients, ils doivent être en mesure de bien collaborer avec tous les intervenants du dossier.

Acrobat X Pro + Reader X + Acrobat.com

La réunion de ces trois éléments permet de rationaliser les flux de documents afin de se concentrer sur les résultats. L'interface de la version X présente un nouveau design et propose une expérience de travail simplifiée.

Il est facile de partager l'ensemble des fichiers d'un projet pour un expéditeur, mais le destinataire ne sait pas quel document ouvrir et par quel moyen. D'autres collaborateurs enverront des fichiers compressés, ce qui ne simplifie pas la tâche. Ainsi, au lieu d'envoyer des fichiers annexés, le client Acrobat X utilise la fonction Portfolio et peut envoyer des courriels à tout utilisateur collaborant à un projet, qui verra les pièces jointes directement à l'écran, sans avoir besoin d'ouvrir des fichiers, comme par le passé. Ce qui est nouveau, ce sont les fonctions de personnalisation des portfolios PDF, permettant aux créatifs de ramener de multiples types de fichiers dans un seul espace, sans les modifier, et les partager. La fonction Portfolio PDF est un peu comme un fichier compressé, dans lequel la relation entre chacun des fichiers du contenant est définie et séquencée comme un diaporama.

Seul l'utilisateur d'Acrobat X Pro peut ajouter des fichiers ou liens Internet, des vidéos, etc., modifier les formats (FlashPro, Illustrator, Photoshop) et les partager avec d'autres. Tout collaborateur disposant du logiciel gratuit Adobe Reader peut cependant lire du contenu multimédia. L'avantage de cette fonction de partage est de pouvoir présenter des contenus et des contenants, par exemple la présentation d'une proposition de vente accompagnée d'une vidéo. Un PDF devient comme une page web – sans barre de fonctions – et facilite l'expérience de visualisation. La nouvelle génération de PDF Portfolios comporte de nouvelles actions guidées et simplifiées. Elle est plus conviviale et davantage automatisée. La fusion de documents dans des portfolios PDF permet de regrouper un grand nombre de fichiers dans un portfolio PDF structuré. Il est possible d'appliquer des présentations, thèmes visuels et palettes de couleurs en fonction de ses besoins particuliers.

Pour la mise en page d'un magazine, il est possible d'intervenir en ligne sur la production du fichier PDF. La barre d'icônes a été épurée, et chacune des icônes est déplaçable afin de permettre de créer une nouvelle barre, selon les exigences de l'utilisateur. La fonction de contrôle des fichiers dans la version X est compatible avec les dernières spécifications ISO et permet leur actualisation, notamment pour le contrôle des espaces colorimétriques et les normes. Les versions Acrobat X Pro et Reader sont enrichies d'une nouvelle fonction de gestion de la couleur. Cette amélioration permet d'obtenir des résultats identiques dans les deux applications.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Une collaboration poussée

Acrobat Reader X est doté d'une barre d'outils et permet l'ajout de commentaires et de marques de correction. De plus, un panneau de partage sur la droite associe l'application à acrobat.com. Cette innovation permet l'utilisation d'Adobe Send Now, nouveau service de partage de documents pour l'envoi et le suivi des fichiers, en plus de répondre au défi des pièces jointes. Pour l'envoi de fichiers très lourds, cependant, Adobe exige des frais supplémentaires. Ce service prévient les problèmes liés au serveur de courriels et présente une solution de rechange simple aux divers serveurs FTP, qui peuvent parfois être difficilement accessibles. Reader X permet également de créer des fichiers PDF grâce à la nouvelle fonction Adobe CreatePDF et de convertir des fichiers au format PDF. La version X est dotée d'une nouvelle interface et d'un mode de protection, qui sécurise la visualisation et empêche Acrobat Reader de planter. Elle est de plus compatible avec les plateformes Android, Windows Phone 7 et BlackBerry Tablet OS pour applications mobiles.

Une plus grande automatisation

L'assistant Action automatise les tâches récurrentes et permet de créer, de gérer et de partager une séquence des étapes fréquemment exécutées. L'automatisation porte aussi sur la création de formulaires interactifs et la conversion de formulaires existants en formulaires PDF à remplir, avec reconnaissance automatique des champs de réponse, ou encore la création de nouveaux formulaires au moyen des gabarits fournis.

Kevin M. Lynch, vice-président et directeur général, Solutions Acrobat et Digital Enterprise, chez Adobe, estime qu'il était nécessaire de fluidifier la collaboration et de créer des interactions plus riches au sein d'environnements complexes, qui subissent constamment des contraintes de temps.

La famille moderne Acrobat X d'Adobe comprend les produits suivants : Acrobat X Standard, Acrobat X Pro, Adobe Reader X, Acrobat X Suite, laquelle inclut Adobe Photoshop CS5, Adobe Acrobat X Pro, Adobe Presenter 7, Adobe Captivate 5, Adobe Media Encoder CS5 et Adobe LiveCycle Designer ES2, ainsi que Acrobat.com. ■■

France Brodeur

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Des **papiers** pour **Prosper**

Kodak déploie une stratégie papier

La fabrication optimisée de papiers pour l'impression jet d'encre et un module de prétraitement du papier, pour la presse Prosper

Kodak a mis en place des programmes de développement avec des producteurs de papier mondiaux pour optimiser les papiers. Grâce à un programme de certification, la stratégie papier globale pour la plateforme d'impression Prosper aidera les imprimeurs à choisir des supports adaptés à leurs applications, à acheter un papier déjà optimisé pour l'impression jet d'encre ou à prétraiter le support en interne au moyen de la station Prosper d'optimisation en ligne.

En accord avec la technologie jet d'encre Stream, de Kodak, et la plateforme Prosper, les entreprises sélectionnées développent une gamme de papiers couchés et non couchés destinés principalement à l'impression de livres, de publipostages, de catalogues et de magazines. Les producteurs étasuniens Appleton, International Paper, NewPage, North Pacific Paper, Verso Paper et Sappi Fine Paper North America collaborent avec Kodak, ainsi que les producteurs japonais Mitsubishi Paper Mills et Nippon Paper Group, suisse Ziegler Papier et finlandais Stora Enso. Kodak a également établi des relations de longue date avec d'autres producteurs, dont Crown Van Gelder, des Pays-Bas, Enterprise Group, division de Domtar, de Montréal, Glatfelter et International Paper, des États-Unis, Kishu Paper et Oji Paper, du Japon, qui produisent des papiers adaptés à la plateforme d'impression Prosper.

Quant à la station Prosper de d'optimisation en ligne, elle procurera aux imprimeurs une gamme de papiers pratiquement illimitée. Ce module de prétraitement s'ajoute à la plateforme d'impression et permet d'optimiser la plupart des papiers standard. La station d'optimisation en ligne peut soit être intégrée à la presse Prosper, soit fonctionner séparément, en tant que module de couchage quasi en ligne.

Après avoir étudié de nombreuses méthodes, dont le dépôt par jet d'encre et le couchage par pulvérisation, Kodak a mis au point un procédé de couchage par rouleau permettant une application régulière, précise et fiable des liquides de prétraitement. Ceux-ci sont à base d'eau et contiennent des additifs favorisant l'adhérence, qui peuvent être adaptés en fonction du support à traiter. Ce système permet de prétraiter pratiquement toutes les surfaces papier, couchées ou non, et les différents finis, du mat au satiné et au brillant. Le liquide de prétraitement étant appliqué de manière uniforme sur toute la laize favorise la qualité d'impression.

Le programme de certification aidera les utilisateurs de la plateforme d'impression Prosper à choisir leurs supports. Sur une échelle de 1 à 4, ce programme évaluera le papier en fonction de la qualité d'image, s'appuyant pour cela sur les principaux indicateurs admis (densité optique, traversement, irrégularité des bords, recouvrement des couleurs et marbrure), afin que ses clients puissent choisir le papier le mieux adapté à leurs projets et aux performances souhaitées.

La gamme Kodak Prosper se compose du système d'impression Kodak Prosper S10 pour les publipostages, les catalogues, les magazines, les journaux, les encarts et les documents transactionnels. La S10 permet l'impression de graphismes dynamiques variables en couleurs et utilise des encres CMJN avec des papiers ordinaire et non couchés. La presse Kodak Prosper 1000 pour l'impression de livres et de publipostages est extensible et peut passer au modèle 5000 XL. La presse jet d'encre de production Kodak Prosper 5000XL, pour les

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Plateforme d'impression jet d'encre couleur Kodak Prosper

livres, les publipostages, les catalogues ou encarts et les magazines, est le plus récent modèle, lancé en 2010, dont les performances ont été saluées en décembre par la remise d'un prix Innovation par l'industrie de l'imprimerie allemande. La rotative avec laize de 622 mm intègre la technologie Kodak Stream et imprime sur un large éventail de supports, dont les des papiers couchés brillants, et atteint une qualité d'image près de 175 lpi. ■■

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 ?

Bernard Daoust : Je suis directeur du Centre Gestion et impression de documents d'affaires de CGI, à Montréal. Mes fonctions m'amènent à gérer un budget, à négocier avec les différents fournisseurs, à rencontrer les clients et à participer à la préparation des différentes propositions que nous déposons. Tout cela afin de répondre aux attentes de CGI, qui est spécialiste dans le traitement des documents personnalisés, où chacun des documents produits est unique. Comme nous collaborons avec plus de 100 clients annuellement, dont 60 d'entre eux au quotidien, et, mensuellement, imprimons plus de 38 millions de pages, en plus de produire 15 millions d'enveloppes, de préparer plus de 70 milles colis et de gérer plus de 1 500 produits différents, je dois m'assurer de disposer des bonnes personnes, à la bonne place et au bon moment afin d'offrir à notre clientèle un service de qualité, tout en respectant les attentes de service. Pour réaliser quotidiennement toutes ces tâches, j'ai besoin d'une équipe expérimentée et responsabilisée en qui j'ai confiance. Cette équipe se compose de près de 150 personnes qui travaillent sur plus de 30 quarts de travail différents, jour et nuit, l'année durant. Je participe également au processus quotidien d'examen de l'amélioration de nos différents services en vue de maintenir notre excellente cote d'évaluation de la satisfaction de la clientèle, comme entreprise certifiée ISO 9001 et FSC.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

suite de la page 30

du système de couleurs métalliques quadri, qui permet aux designers d'utiliser le nombre d'effets et de couleurs métalliques voulus pour créer des imprimés sur une vaste gamme de plateformes », dit Mark Geeves, directeur Ventes et Marketing.

À Labelexpo Americas, Durst a célébré le premier anniversaire de son entrée dans le secteur des étiquettes, après le lancement de Tau 150 et du système Rotoworx 330, en 2009. « Nous sommes sérieusement engagée envers l'innovation et nous continuons d'accélérer nos investissements R&D, avec un accent majeur sur le marché des étiquettes », affirme le directeur général de Durst, Richard Piock. Durst a présenté quatre nouvelles configurations de machines sur son stand. La Tau 150 est sa presse standard, avec CMJN plus encre blanche. Basée sur la technologie jet d'encre piézoélectrique, goutte à la demande, en échelle de gris, elle utilise une encre liquide qui peut produire des images dans une résolution apparente de plus de 1 000 dpi. La société a aussi présenté la nouvelle Tau 150-8C, une presse jet d'encre UV huit couleurs configurée avec trois modules d'impression supplémentaires (orange, violet et vernis), qui soutient une cadence d'impression de 157 pi par minute.

En vedette à Labelexpo, le module DIVA, développé et fabriqué par la filiale montréalaise de Durst, est un moteur d'impression de vernis numérique. DIVA offre la possibilité unique de produire différents niveaux de vernis – haut brillant, brillant, demi-brillant, satin, mat, etc., avec un seul vernis et en simple passage. De plus, elle est entièrement numérique, permettant aux clients de produire des effets spéciaux, tels que des textures et même des éléments textiles, ainsi que des finis superficiels variés pour étiquettes et emballages. Le module DIVA de 13 pouces de largeur est totalement intégré à la Rotoworx 330, qui présente déjà la découpe semi-rotative à des vitesses pouvant atteindre 50 m par minute (160 pi par minute), le pelliculage et le vernis total UV.

Le passé garant de l'avenir

« Prism, prestataire de SIG, continue de prendre de l'expansion dans les domaines de l'emballage et de la transformation, et j'ai l'impression que Labelexpo Americas est la clé de cette croissance », commente Tim Daisy, pour le groupe Prism. « Le salon 2010 était notre troisième participation et de loin la plus réussie pour ce qui est de l'achalandage et des indications de clients. »

« L'édition 2010 a été un réel succès pour Spartanics », ajoute Mike Bacon, dont l'entreprise a présenté sa solution numérique de découpe laser. « Les commandes et les indications recueillies ici nous tiendront occupés au cours des six prochains mois, juste à temps pour Labelexpo Europe. » Finalement, Tim Lydell, de Label Vision Systems, fait observer : « Nous avons obtenu le plus grand nombre d'indications jamais obtenues à ce jour. Nous avons déjà réservé pour 2012, et un espace plus grand encore. » En fait, selon l'organisation Tarsus, plus de 84 % de l'espace d'exposition serait déjà réservé pour Labelexpo Americas 2012. ■■

Mark Vruno

Traduction de Qi – Québec imprimerie

Goss International souligne les 40 ans de service de Jean Lemieux

Travaillant toujours pour la même société après 40 ans, Jean Lemieux, gérant des ventes, Est du Canada, Goss International, a tenu le cap, malgré l'enfilade de restructurations et de changements de raisons sociales dont il a été témoin. Son engagement envers l'imprimerie offset rotative et sa loyauté ne sont pas étrangers à sa longévité dans l'industrie de l'imprimerie, en constante évolution.

En 1970, il est entré au service de Harris Intertype, laquelle est devenue au cours de la décennie suivante Harris Graphic, puis AM International et, enfin, Heidelberg division Rotatives, laquelle a été reprise par Goss en 2004. Durant ce temps, Goss avait aussi fait des acquisitions, et la nouvelle grande structure est devenue Goss International, telle qu'on la connaît aujourd'hui.

En fait, la carrière de M. Lemieux avait commencé en 1958, époque où il travaillait pour Fairchild. Il se rappelle avoir vendu sa première rotative à Réal Grégoire, alors président de l'imprimerie l'Éclaireur, située à Beauceville. Il se souvient même du prix, qui était fixé à 72 000 $. Ce chiffre ne peut se comparer à la plus récente Sunday 4000 de 72 pouces avec dispositifs automatiques de changement de plaques et de transfert, aussi installée à Beauceville, chez Transcontinental Interglobe, où le neveu de Réal, Jacques Grégoire, est président. Transcontinental a aussi été la première imprimerie à s'équiper de la première rotative Mainstream 80 en Amérique du Nord, pour imprimer le journal *La Presse*.

Jean Lemieux parle de ces longs états de service comme des années remplies de bons souvenirs, qui continuent d'ailleurs de s'accumuler. « L'imprimerie ne sera jamais plus pareille, cependant, et peut-être pas pour *le mieux* », dit-il placidement. Lors de la cérémonie qui s'est déroulée sur le stand de Goss International à Graph Expo 2010, M. Lemieux a remercié ses patrons passés et présents pour l'encadrement et le soutien fournis, « sans lesquels les résultats auraient sans doute été différents ».

« Ce que je retiens de mes 40 années est le bonheur de savoir que tous mes acheteurs de rotatives sont plus que des clients : ils sont des amis, et cela, depuis mes tout premiers débuts. J'en suis très fier et reconnaissant. » Lui-même n'en revient pas de ces longs états de service : « Il faut le faire, 53 ans bientôt à servir la même industrie et dans le même territoire. »

L'équipe des ventes de Goss International a pris une pause durant le salon Graph Expo pour souligner les 40 ans de service de Jean Lemieux (à dr.), gérant des ventes, Est du Canada, en compagnie de Graham Trevett, vice-président Ventes.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

calendrier
février ■ mars ■ avril ■ mai

Séminaires de l'ICGQ

Résolution de problèmes en infographie	16, 23 février, 2, 9, 16, 23, 30 mars, 6, 13, 20 avril
Passage de Quark à InDesign	17, 24 février
PDF sans problème !	8, 15, 22 mars
Perfectionnement technique en flexographie	9, 16, 23, 30 mars, 6, 13, 20, 27 avril
Le client, le cœur de l'équipe	11 mars
Introduction à la couleur et à la spectrophotométrie	11, 18 mars
Bases techniques en flexographie	14, 21, 28 mars, 4 avril
Mise en page avec Adobe InDesign CS5	17, 24, 31 mars
Optimisation du temps	18 mars
Gestion d'une équipe de travail	25 mars et 1er avril
Nouveautés de la Suite Créative CS5	28 mars
Les nouveautés de QuarkXPress 8	29 mars
Gestion en action	8, 15, 22 avril
Photomontage créatif et nouveautés avec Adobe Photoshop Extended en flexographie	12, 19, 26 avril, 3 mai
Adobe Illustrator CS5 – Nouveautés et perfectionnement	20, 27 avril
Présentations performantes	29 avril, 6 mai

Pour lire la description des cours et pour vous inscrire, veuillez consulter : www.icgq.qc.ca/PDF/ICGQ_broseminaires.pdf.

Formations multientreprises offertes par l'ASP imprimerie

Les formations de l'ASP imprimerie sont offertes sans frais aux personnes à l'emploi des entreprises de son secteur. Une attestation est remise à chaque participant.

Pour vous inscrire : 514 355-8282 ou www.aspimprimerie.qc.ca sous la rubrique Formation

➢ **Le SIMDUT en imprimerie**
Mercredi, 16 février 2011 – 13 h 30 à 15 h 30

➢ **La conduite préventive du chariot élévateur et du transpalette électrique**
Mercredi, 16 février 2011 – 8 h à midi

➢ **Implantation d'un programme de cadenassage**
Jeudi, 17 mars 2011 – 8 h 30 à midi

Sauf exception, les formations sont dispensées dans les bureaux de l'ASP imprimerie : 7450, boulevard des Galeries-d'Anjou, à Anjou, bureau 450.

Le Collège Ahuntsic offre sur une base permanente son programme

➢ **Programme d'étudiant d'un jour**
Responsable : Benoit Tougas
Tél. : 514 389-5921, poste 2872

GOA et Fespa Americas 2011

Du 24 au 26 février 2011, Orlando, Floride

Exposants de l'industrie graphique, forums et séminaires

Ce salon accueille également la toute première édition de Fespa Americas, salon consacré à l'impression grand format.

Gala Gutenberg 2011

Le mardi 19 avril
À Laval
Organisé par les Artisans des arts graphiques de Montréal
(voir la publicité à la page 25)

Erratum

Dans l'article *La convergence de l'impression journal avec l'impression commerciale*, du numéro 23 du magazine Qi – Québec imprimerie, il est écrit que Quad/Graphics fait imprimer ses livres par son imprimerie de Mirabel. Ceci est faux : l'usine de Mirabel appartient à Quebecor Media, c'est donc Quebecor Media qui optimise l'utilisation de sa presse heatset en imprimant journaux (et non des livres) et travaux commerciaux. La mention à Quad/Graphic (qui a racheté Worldcolor) est erronée. La direction du magazine s'excuse pour cette confusion.

Qi – Québec imprimerie est au service des professionnels de la chaîne graphique.

Lise peut vous aider à vous mettre en valeur.

Contactez-la !

publicité : 514 762-1667, poste 235 ou lflamand@repcom.ca

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **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

Abonnez-vous en ligne / Abonnez un autre professionnel de l'industrie graphique
En ligne : www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement
Par la poste : 999, avenue Émile-Journault Est, Montréal (Québec) H2M 2E2

Vous avez déménagé ?
Ou modifié votre courriel ?

Assurez-vous que vos coordonnées sont complètes et exactes.

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

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Besoin de développer vos connaissances ?

Avec nos séminaires, vous le pouvez !

Consultez notre brochure hiver 2011 !

Dès l'inscription d'une 2e personne de votre entreprise à un même séminaire public*, un rabais de 50 % vous sera accordé !

*Le rabais ne s'applique pas aux séminaires subventionnés par Emploi-Québec.

www.icgq.qc.ca

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

INSTITUT DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES DU QUÉBEC

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

GRAFI'COM FORMATION
MUTUELLE DE FORMATION
DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES

> Des formations de qualité à prix avantageux !

En ADHÉRANT à Grafi'Com Formation, vous accéderez à des formations de qualité développées et orchestrées par l'ICGQ et ce, au tarif de 60 $ par jour de formation, par employé participant.
Le salaire de vos employés sera même remboursé !*

SESSION HIVER 2011

Formations offertes	Dates	Prix Membres	Prix Réguliers
L'estimation efficace : d'abord une bonne analyse des coûts	24 février	60 $	440 $
Gestion d'une équipe de travail	22 et 23 mars	120 $	790 $ + tx
Vendre l'impression à données variables	28 avril	60 $	440 $
Spectrophotométrie et gestion de la couleur	26 mai et 2 juin	120 $	735 $

Ces formations ont lieu à l'Institut des communications graphiques du Québec

> La formation n'a jamais été aussi accessible !

*Certaines conditions s'appliquent, communiquez avec nous pour tous les détails.
Réalisé grâce au programme québécois de soutien aux mutuelles de formation.

- De la formation subventionnée
- De la formation dans votre région
- Des formateurs experts agréés
- Comme si vous aviez un responsable de la formation chez vous
- Une identification des besoins dans votre entreprise
- Remboursement des salaires des employés participants

Ne tardez plus, inscrivez-vous dès maintenant

Stéphanie Bissonnet au 514.387.0788 ou
sbissonnet@communicationsgraphiques.org

www.communicationsgraphiques.org/mutuelle

8150, boul. Métropolitain Est, bureau 350, Montréal (Québec) H1K 1A1 | T 514 387-0788 | 1 877 387-0788 | F 514 387-9456

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

www.communicationsgraphiques.org
www.icgq.qc.ca

INSTITUT DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES DU QUÉBEC

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

Non, le problème
n’est pas l’ordinateur.

Les formations publiques,
sur mesure et de perfectionnement
de l’ICGQ peuvent vous aider !

Amélioration de la productivité, univers des communications graphiques, infographie, Web, perfectionnement technique : impression couleur et qualité, gestion et performance, analyse de vos besoins personnalisés.

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

INSTITUT
DES COMMUNICATIONS
GRAPHIQUES DU QUÉBEC

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l’industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**

LE LATEX SANS FRONTIÈRE

LA TECHNOLOGIE DES ENCRES HP **LATEX**

Aujourd'hui, une seule imprimante peut suffire pour presque tous vos tirages, à l'intérieur comme à l'extérieur. Avec les encres HP Latex, vos impressions pourront aussi réduire leur impact sur l'environnement. Elles ne contiennent aucun polluant atmosphérique dangereux et HP veillera à recycler bon nombre de cartouches d'encre et de supports lorsque vous en aurez fini.* Misez sur l'impact et la souplesse de la technologie des encres HP Latex pour faire prospérer votre entreprise. HP.CA/LATEX-Fr

UNE IMPRESSION
PROGRESSIVE ET PROFITABLE

©2011 Hewlett-Packard Development Company, L.P. *Ne contient aucun polluant atmosphérique dangereux, tel que déterminé par la méthode 311 de l'EPA. Aucun système de ventilation n'est requis pour répondre aux exigences de l'OSHA des États-Unis portant sur l'exposition professionnelle aux composés organiques volatils des encres HP Latex. Plus de renseignements au hp.com/go/latex. Pour obtenir des renseignements détaillés sur le programme HP Planet Partners et sur le programme HP de retour de supports grand format, visitez le site hp.ca/recyclage.

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie numéro** 24 février-mars 2011 **tous droits réservés©**
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : **www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement.**