

# 2 L'INFO

C E P E G R A

TRIMESTRIEL D'INFORMATIONS DES FORMATIONS POUR L'INDUSTRIE GRAPHIQUE

## La presse graphique

iMovie

L'impression numérique

La formation : une perspective d'avenir

# iMovie

## La révolution numérique au service de la vidéo.

*En 1999 Steve Jobs lançait en même temps que l'iMac DV un programme de montage vidéo, nommé iMovie. À cette époque, aucune solution de montage si simple n'était disponible. Bien que très limité, iMovie laissait paraître un grand potentiel. Avec la dernière version de iMovie contenue dans iLife 05, iMovie HD, c'est une nouvelle révolution qui pointe son nez : celle de la vidéo en haute définition.*



### Le DV

Si iMovie a convaincu au fil du temps un large nombre d'utilisateurs, c'est grâce à sa simplicité et à l'avènement de la vidéo numérique. De nouveaux caméscopes numériques, avec une très bonne qualité d'enregistrement sont arrivés sur le marché. Aujourd'hui, ces caméscopes, dits « miniDV », représentent 76 % des ventes de camera grand public. Ils sont équipés de la prise FireWire, - défendue par Apple depuis 98 sur son G3 blanc bleu -, grâce à laquelle il est possible de transférer les flux vidéo, et ce, sans perte ! Finies les dégradations à chaque transfert ou copie, nous sommes en pleine ère numérique.

### iMovie HD

Quelques années après, on peut dire que le DV a été une révolution : jamais les moyens de production offrant un aspect professionnel n'ont été aussi accessibles. iMovie, par sa facilité d'emploi, a participé à cette révolution. « Tarnation », film le moins cher de l'histoire du cinéma, coûta 218 dollars et fut monté sur iMovie. Il reçut le prix du meilleur

documentaire au festival de Los Angeles. Grâce à ses multiples fonctions (titrage, effets spéciaux, transitions, ajout de bandes son et photos...) iMovie est un programme complet. Sa dernière version, iMovie HD, apporte deux grandes nouveautés : le Magic Movie et la compatibilité Haute Définition en HDV.

Magic Movie permet de créer son propre film en branchant le caméscope au Mac et... C'est tout ! iMovie se charge de l'import de la vidéo, de l'ajout de fondu et d'effets. Dans la foulée il gravera même ce film sur DVD grâce à iDVD. Rapide et efficace !

La compatibilité avec la HDV est une grande première. Ainsi le grand frère professionnel de iMovie, Final Cut Pro, n'en est pas encore pourvu ! Il n'existe aucun autre soft nativement compatible avec ce format, même sur PC. Ce format est promis à un bel avenir, et la révolution lancée en 98 avec le DV est sur le point de se reproduire avec le HDV : il est possible de filmer dans une résolution de 1920x1080 pixels ! Aussi bien qu'un Apple cinéma display de 23 pouces et 5 fois plus grand que la taille du DV (720x576 pixels). Mieux encore, iMovie gère le 16/9 (enfin !), et de nouveaux formats d'enregistrement comme le mpeg4.

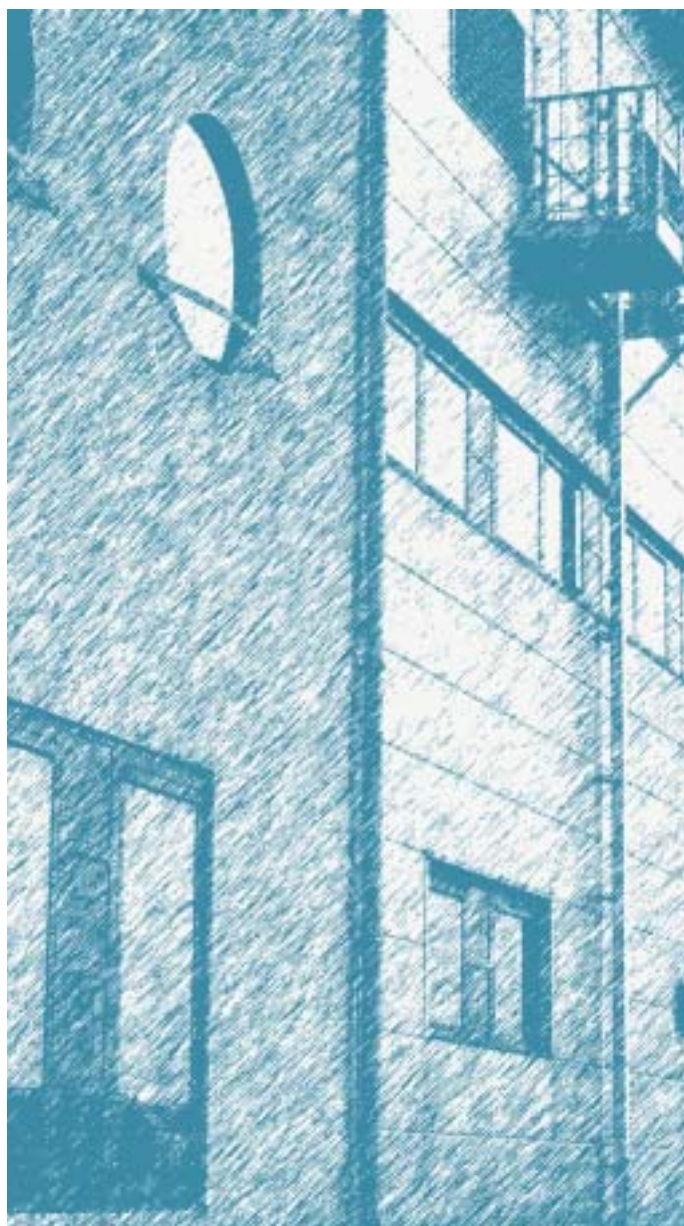
### Un caméscope + un Mac + iMovie = Spielberg ?

Un défaut sur iMovie ? Oui. S'il est facile de réaliser un film qui a tout d'un grand avec ce logiciel et un Mac, il ne faut pas perdre de vue que la technologie ne remplacera jamais une bonne idée. Mais ne boudons pas notre plaisir, son intégration avec la suite iLife (iTune, GarageBand, iPhoto et iDVD) en fait un logiciel ludique, et qui offre rapidement satisfaction à l'auteur d'une création vidéo.

[Vous pouvez d'ores et déjà découvrir ce logiciel dans l'espace auto-formation mis à votre disposition au Cepegra.](#)

[Prochainement iMovie fera également l'objet, dans le cadre des ateliers focus, d'une journée complète d'exploration guidée par Michel Barbuto.](#)

[Pour en savoir plus ou si vous désirez vous inscrire à cet atelier focus veuillez contacter Jean-Luc Urbain au 071 250 366 ou \[jl.urbain@cepegra.be\]\(mailto:jl.urbain@cepegra.be\)](#)



Trimestriel gratuit, imprimé à 7000 exemplaires - 1<sup>er</sup> trimestre 2005

**Rédaction:** Cepegra  
Avenue Georges Lemaître, 22  
6041 Gosselies  
Tél.: 071/250321 - Fax: 071/250399

**Conception:** Murielle Chauvaux - Nathalie Gautier

**PAO et impression:** Cepegra

**Ont collaboré à la rédaction de ce numéro:** Michel Barbuto - Vincent Bonmariage  
Jean-Philippe Burg - Albert De Winter  
Marc Fontaine - Emmanuel Robert  
Robert Stock.

**Éditeur responsable:** Jean-Pierre Méan  
Boulevard Tirou, 104  
6000 Charleroi

Imprimé sur papier 100% recyclé.



Centre de compétence  
de l'industrie graphique



## sommaire

2

actualité du centre

### les ateliers focus

# iMovie

4

La formation...  
...une perspective d'avenir

5

Que  
sont-ils  
devenus?

6

# Créativité

8

agenda

9

# planning

formations

11

dossier

La presse  
graphique

13

L'impression  
numérique



# La formation... ...une perspective d'avenir

**S**i l'aspect technique fait l'objet d'un soin tout particulier dans les formations dispensées, l'insertion professionnelle est également une de nos principales préoccupations.

## De l'accueil à l'après formation...

Toutes les activités du Cepegra, centre de compétence de l'industrie graphique sont pensées en termes de métiers. C'est donc le regard tourné vers l'avenir que nous nous proposons de former et de suivre les demandeurs d'emploi.

Dès le premier contact, en plus des renseignements concernant les formations, nous présentons le secteur avec ses contraintes économiques, techniques et sociales. Ces éléments permettent aux candidats stagiaires d'opérer leur choix avec plus d'objectivité.

Des modules « découverte-essai » en imprimerie, infographie et web design, sont proposés aux personnes ignorant totalement le secteur. Cette approche pratique permet d'évaluer la faisabilité du projet et au cas échéant de rediriger chacune d'entre elles vers une voie correspondant mieux à ses motivations. Telle cette jeune diplômée en graphisme voulant devenir infographe et qui lors d'une journée passée dans l'atelier d'impression, découvrant l'aspect statique de son choix de départ, s'est réorientée vers le métier de conducteur de presse, plus adapté à sa personnalité et à ses désirs.

Chacune des personnes désireuse de se former dans le centre de compétence est soumise à un test théorique et pratique suivi d'un entretien.



Tout au long de la formation, la recherche d'emploi est mise au premier plan par :

- La mise à disposition des nouvelles technologies de l'information.
- Des ateliers où l'on réalise des CV en rapport avec les secteurs concernés.
- Un module d'aide à l'insertion.
- Des conseils à la recherche de stage ainsi qu'un suivi au sein des entreprises.

Les stages ont également pour but de réaliser une démarche dans ce sens. En effet, bien qu'ils puissent être conseillés, les stagiaires sont amenés à effectuer seuls le choix de la société, de sa situation géographique ainsi que les négociations avec leur futur tuteur.

Les formateurs chargés du suivi sont particulièrement attentifs aux places disponibles et conseillent les responsables d'entreprises sur les différentes aides à l'embauche. Lorsque les qualités d'un stagiaire ont été remarquées cela peut parfois aboutir à un contrat.

La formation terminée, nous essayons le plus possible de rester proche de ceux qui recherchent du travail. Tout le personnel du centre ainsi que le service clientèle, continuent à accompagner ceux qui ont acquis de nouvelles compétences dans le secteur des industries graphiques.

Bien qu'il ne soit pas toujours simple de décrocher un emploi, ceux qui s'y prennent les premiers et multiplient les démarches mettent le plus de chances de leur côté.

Albert Dewinter

Robert Stock



# Une star... à sa façon

**S**ortie tout droit du « 75 » à Woluwé Saint-Lambert, un graduat en Arts Graphiques en poche, Catherine Joris, 20 ans en 1990, se lance tout de suite dans la vie active...

*Côté cour : décoratrice à mi-temps chez Habitat et graphiste à titre complémentaire, ensuite animatrice artistique dans une crèche et à nouveau chez Habitat jusqu'en 1998.*

*Côté jardin : un mariage... et trois enfants plus tard, mère au foyer.*

Catherine, 33 ans en 2003, une remise en question ou une résurrection ?

Une remise en question, certainement. Une résurrection, à 33 ans ? Non, cela c'était déjà vu. Et puis, j'avais juste accouché trois fois et non été crucifiée ! (rires) Après la naissance de ma fille, j'ai pu marquer une pause, souffler un peu et profiter pleinement de mon rôle de maman. Je n'ai malgré tout jamais arrêté de dessiner. Avec d'autres parents de l'école et leurs enfants, nous avons mis sur pied un journal avec interviews, reportages, photos et une vraie maquette bricolée dans XPress. C'est là que j'ai eu la chance de rencontrer une maman journaliste et son mari, directeur technique chez RTL-TVI. Il m'a parlé du Cepegra et m'a proposé un stage d'observation à la cellule infographique du journal télévisé. Constat : j'avais les bases manuelles du métier mais des lacunes en informatique. Ma décision était prise. Je me suis inscrite au Cepegra.

Cela a été facile ?

Oui et non. À la maison, chacun a dû y mettre du sien. Habiter le Brabant et être tous les jours à 8 heures à Charleroi, demande, lorsqu'on a trois enfants, un brin d'organisation. Les laisser, après l'école à la garderie, dans le froid de l'hiver, est quelque peu culpabilisant pour une mère poule comme moi ! Au centre, c'était facile et bien organisé. Il n'y avait plus qu'à emmagasiner un maximum d'informations et se laisser guider par les formateurs qui décorti-



Catherine en couverture du Victor, supplément du week-end du journal Le Soir du 08/01/2005.

quent pour nous les logiciels et nous les enseignent pas à pas. Bien sûr, il y a eu des jours sans, où il a fallu s'accrocher. Je n'avais plus « étudié » depuis 13 ans et j'étais la plus « vieille » de mon groupe (rires).

Que t'a apporté cette formation d'opérateur PAO/infographiste au Cepegra ?

Énormément. Un boulot d'abord et la redécouverte d'un métier qui m'a toujours passionné. Mais aussi une plus grande assurance et une confiance en moi. Au Cepegra, l'apprentissage des différents logiciels se fait de manière rigoureuse, avec une vraie méthode de travail. Forte

de réelles connaissances, plus besoin de bricoler. C'est plus confortable face à un employeur. Bien sûr, il est indispensable de continuer à s'intéresser aux nouveaux logiciels.

Autre chose ?

Le Cepegra, c'était aussi un break nécessaire. Le métier avait tellement évolué en dix ans ! En sortant du « 75 », j'étais graphiste. À l'époque, aucune école n'était équipée en informatique. Les investissements étaient énormes. Les Macs apparaissaient progressivement. Certains ne voulaient pas en entendre parler. C'était le cas du petit studio où j'ai débuté. Difficile, dans ces conditions, de se former. Le Cepegra a ajouté cette dimension à ma formation : l'infographie.

Et maintenant ?

Après ma formation, j'ai tout de suite travaillé via Smart pour différentes agences. Et depuis tout juste un an, je travaille chez Rossel où j'avais effectué le deuxième stage de ma formation. Stage durant lequel j'ai eu la chance de pouvoir participer au relooking de Victor, le supplément du week-end du journal « Le Soir ». Dans le service dont je fais partie, nous nous occupons de la mise en page de différents magazines. C'est un job où la créativité est importante, mais aussi la rigueur et la précision. Il ne faut rien laisser au hasard, savoir anticiper afin, que chaque semaine, les fichiers soient à l'heure chez l'imprimeur ! Je m'y sens comme un poisson dans l'eau et ça se voit !



# Créativité.

## Donnée d'emblée ou bouteille à encre de notre imaginaire ?

« *L'homme raisonnable s'adapte au monde. L'homme déraisonnable essaie d'adapter le monde à lui-même. Par conséquent, tout progrès dépend de l'homme qui n'est pas raisonnable.* »

*George Bernard Shaw.*

Je ne résiste pas au plaisir de vous livrer cette citation quelque peu frondeuse d'un esprit qui a su garder sa causticité et qui en faisait même profession. Elle aime à nous rappeler la dualité qui cloisonne nos schémas mentaux depuis très longtemps : esprit divergent ou esprit convergent ? Allez savoir ! Question pour pédagogue averti ou qui nous concerne tous ? Le débat est encore largement ouvert.

Forts d'un bagage théorique concis, nous voilà rassemblés mes camarades et moi, autour du sujet qui intrigue. Créativité, avec ou sans ? Rien ne remplace décidément l'exercice pratique après cette prise de tête autour des méandres du cerveau. Après tout, l'Homme ne se serait pas contenté du développement de sa partie reptilien primitive mais se serait approprié la faculté de se tenir dressé sur ses membres inférieurs pour se retrouver dans la posture de l'être pensant doté de raison, après moult péripéties dont je vous fais grâce. Ferions-nous donc l'économie d'une belle occasion de nous placer dans la peau de cet homo erectus et de nous prouver les uns les autres que nous possédons bien le virus de la créativité dans nos gènes ?

Ainsi de ce pas nous décidons d'aller vérifier voire infirmer l'adage selon lequel « des individus ayant acquis des informations identiques au cours de leur existence, le créateur sera celui qui n'aura pas établi au départ une réponse précise pour un problème donné mais celui qui sera ouvert à tous les pos-

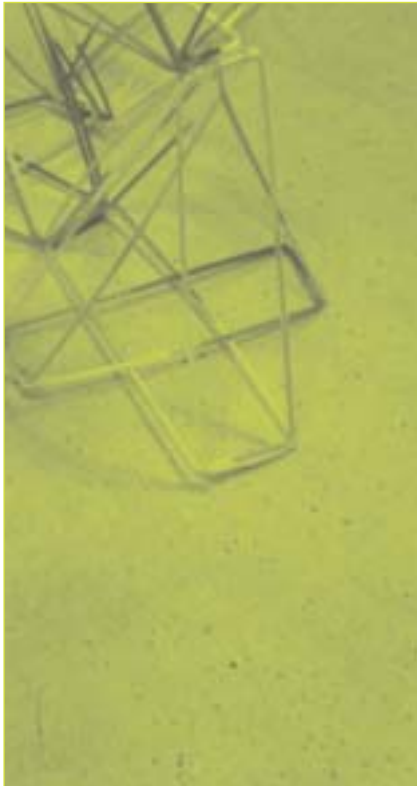


sibles»<sup>1</sup> et nous voici embarqués dans un exercice de roue libre périlleux dont je vous livre quelques images-clés.

### La phase active

Exercice numéro un : placez-vous tout d'abord en vis-à-vis d'une personne que vous connaissez et qui vous connaît puis livrez-vous mutuellement trois éléments que vous ne connaissez pas encore l'un de l'autre en un maximum de cinq minutes par présentation. Vous aurez tous deux à restituer ces informations en les présentant d'une manière entièrement différente au travers d'un travail personnel. Simple pensez-vous ? Pas si sûr, essayez donc pour le vérifier !

Exercice numéro deux : diviser un groupe en deux (un nombre pair de préférence) et placez les deux rangs d'oignons ainsi constitués d'abord face à face pendant quelques minutes puis dos à dos à un mètre de distance. La première instruction est que chacun doit à présent modifier subtilement ou non trois éléments visibles de sa personne. Au bout d'un certain temps donné, les participants ont ordre de se faire face puis de découvrir mutuellement les différences qui seront apparues chez la personne qui leur fait directement face. Jusqu'ici j'espère que vous avez suivi, c'était relativement simple. La suite sera plus risquée puisque la manœuvre se répète avec cette fois l'obligation pour les participants de changer six éléments chez chacun d'eux. Déjà moins aisé. À la troisième étape, qui constitue en



quelque sorte l'apothéose, il sera question de duper encore une fois son observateur privilégié en modifiant cette fois douze éléments visualisables. Vous avez bien lu et c'est là que l'esprit des plus imaginatifs donna sa pleine mesure.

Je ne vous dis pas combien chacun s'est escrimé en la plus improbable transformation qu'il m'ait été donné de voir dans une exécution collective improvisée de ce calibre, chacun poussé de plus par une jolie peur panique de terminer endéans les temps impartis. Le joyeux capharnaüm résultant de ces courtes séances d'habillage transformiste a laissé plus d'une trace dans nos mémoires. Jamais nous n'aurions osé imaginer, fût-ce une minute avant les hostilités, que les moindres accessoires banalisés se mueraient en parures de mimes, que nos habits qui présentaient peu de temps avant tous les signes de la respectabilité seraient ainsi mis à mal. Nous étions au final prêts à grossir les rangs d'une armée de mendiants digne de l'opéra de quat'sous.

### De plus en plus haut

Exercice numéro trois ou la pyramide de chalumeaux : prenez quelques accessoires d'habitude plutôt festifs tels des chalumeaux ou pailles de cocktail et une boîte d'épingles. Le tout confié à une équipe de volontaires. Placez ceux-ci en situation en leur suggérant quelques règles

simples : fabriquer une sculpture la plus haute et la plus stable possible à l'aide des accessoires fournis. Cet objet doit pouvoir supporter une charge à une hauteur d'un mètre et pouvoir être déplacée le cas échéant. Le tout doit naturellement être réalisé en un temps limité.

Les premières idées fusent : partira-t-on d'une base carrée ou triangulaire ? Fabriquera-t-on des modules simples ou savamment imbriqués ? Porter ses idées au tableau ou se lancer à corps perdu dans l'aventure ? Le temps presse... Les premières ébauches se dessinent, les têtes s'enflamment, un prototype parvient à maturation. Eh bien non, ce n'est pas encore



assez solide il faut repenser au rôle des fondations. On repart de presque rien, pour voir enfin naître un modèle sur lequel s'établira la construction. La production est lancée. Une partie de l'équipe se lance à corps perdu dans l'assemblage de parties modulaires alors que des bâtisseurs les assemblent au fur et à mesure. Le projet se profile sur des rails.

Pour corser le tout, le maître de cérémonie demande à quelques participants de tenir une main derrière eux au milieu de la performance. Comment parvenir à parachever l'ouvrage lors que les secondes s'égrainent ? La base semble tenir après fixation de plusieurs épingles. Deux entêtés consolident du mieux qu'ils peuvent. L'ébauche de tour façon Vladimir Tatlin vacille

gaillardement. Ce n'est pas assez haut, il faudra monter mais comment ? Dans une fulgurance, une participante hardie tente une ultime lancée. Les derniers jets de chalumeau tiennent étonnamment ensemble. Cette percée sera décisive, nous franchirons le mètre septante. Mention plus qu'honorable, photo numérique à l'appui.

Nous sommes ainsi passés presque imperceptiblement par les étapes essentielles de l'excitation neuronale graduelle propre à la mécanique créative en l'intégrant par l'exemple. D'abord la purge ou les premiers jets, manière d'extraire les premiers clichés faciles immédiats, puis le trou noir, rien ne va plus, la panne, l'étape charnière. Enfin le va-tout ou l'on essaye la combinatoire, l'échange, le mélange des genres, l'intégration de concepts, la dissolution, la fusion. L'esprit ne résiste plus, il se libère utilisant autant d'éléments qui lui ouvrent incontestablement des horizons.

La séance de cours nous aura in fine apporté ce surcroît de dépassement individuel que nous avions cru inaccessible de prime abord. Le franchissement de limites mentales communément acceptées nous est apparu avec force évidence. Fonctionnant à la manière des rites de passage, ces artefacts comportementaux auront eu l'avantage d'éclairer de nouveaux chemins.

Ce cours est organisé dans le cadre de la formation en gestion de projet. La prochaine session débutera en septembre !

Certains modules sont accessibles aux travailleurs.

Pour en savoir plus n'hésitez pas à contacter le Cepegra au 071 250 341.



Jusqu'au 15 avril 2005  
COMPUTERLOVE POSTER  
DESIGN CONTEST 2005



Computerlove.net sollicite les créateurs d'image à interpréter le thème "géographie et information". Tous les styles de langage visuel sont possibles pour exprimer et refléter leurs sentiments personnels.

Pour télécharger et visualiser les créations des années précédentes ou simplement pour en savoir un peu plus sur la composition du jury ou sur les conditions d'admission au concours surfez sur : [www.computerlove.net](http://www.computerlove.net) ou contactez : [reloaded@computerlove.net](mailto:reloaded@computerlove.net)

Jusqu'au 17 avril 2005

LES IMAGES DE LA MUSIQUE  
PARTITIONS MUSICALES  
1820-1920



A. Douhin, *Carnaval de Nice* - 1894

Vers 1820, l'image s'associe à la musique pour toujours. L'exposition retrace, grâce à 160 partitions illustrées, le premier siècle de ce mariage qui évolue au gré de toutes les modes. Des Frères Williaume à Picasso en passant par Eugène

Grasset, de nombreux artistes ont participé à cette union. L'exposition présente des oeuvres de Jules Chéret, Toulouse-Lautrec, Eugène Grasset, Steinlen, etc.

Lieu: Centre de la Gravure et de l'Image imprimée de la Communauté française de Belgique, 10 rue des Amours, 7100 La Louvière, Belgique.

Pour en savoir plus surfez sur [www.centredelagravure.be](http://www.centredelagravure.be) ou écrivez à [accueil@centredelagravure.be](mailto:accueil@centredelagravure.be).

Jusqu'au 20 avril 2005

FLASH FESTIVAL EN FRANCE

Le Flash Festival en France est consacré aux contenus Shockwave Flash et plus largement aux travaux animés et interactifs pour Internet. La quatrième édition récompensera six catégories :

La catégorie Art Net art récompensé par le Prix Centre Pompidou récompense un contenu aux qualités conceptuelles et artistiques premières.

La catégorie Art Graphisme récompense un contenu aux qualités esthétiques et artistiques premières.

La catégorie Jeu correspond aux jeux en ligne, multijoueurs ou monojoueurs.

La catégorie Expérimental récompense les contenus ou concepts innovants, artistiquement ou techniquement.

La catégorie Animation correspond aux narrations animées (cartoon).

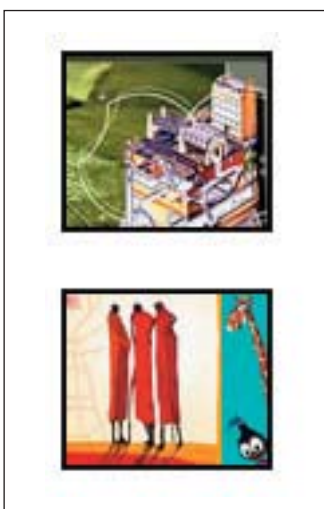
La catégorie Présentation correspond aux sites corporate, de commerce, de boutique en ligne ou présentant une société, agence, CV, etc.

S'ajoutent à ces 6 prix, le Prix du public (d'après le vote des internautes) et le Prix du meilleur site

2005 (prix d'excellence décerné toutes catégories confondues).

Le Jury est composé d'artistes, commissaires d'exposition, diffuseurs, journalistes, cinéastes et professionnels de l'industrie multimédia.

Le festival est ouvert à tous, les soumissions se faisant sur Internet, du 1<sup>er</sup> février 2005 au 20 avril 2005 à minuit (heure de Paris), par le biais du site officiel du festival [voir le règlement].



Une présélection sera mise en ligne suite au vote du jury à compter du 6 mai 2005. Trois œuvres seront choisies pour chaque catégorie. Le public sera alors invité à voter sur le site pour participer à la sélection du Prix du public. Les lauréats de chaque catégorie seront dévoilés lors de la soirée du festival, le 29 mai 2005 au Centre Pompidou. La sélection des lauréats se base sur les critères suivants : originalité, recherche artistique, interactivité, mérite technique, prise en compte des contraintes du média, intégration

multimédia, ergonomie. Lors de la précédente édition 2004 du festival, plus de 500 soumissions ont été faites. Vous pouvez voir les lauréats et présélections des années 2004, 2003, 2002 en ligne sur :

[www.flashfestival.net/2004/](http://www.flashfestival.net/2004/)  
[www.flashfestival.net/2003/](http://www.flashfestival.net/2003/)  
[www.flashfestival.net/2002/](http://www.flashfestival.net/2002/)  
Flash Festival en France, 50 rue de Paradis, 75010 Paris, France.  
[contact@flashfestival.net](mailto:contact@flashfestival.net)

21/05 > 26/06

LE FESTIVAL INTERNATIONAL  
DE L'AFFICHE  
ET DES ARTS GRAPHIQUES,  
16<sup>ème</sup> ÉDITION.

Concours international et concours étudiants confèrent à l'affiche une place de choix dans ce festival qui manifeste également son ouverture au multimedia (Pixels) et plus largement à toutes les formes de graphisme contemporain et historique. Présentées sur plusieurs sites de la ville mais aussi dans l'espace public (à cette époque de l'année, des bouquets d'affiches envahissent les rues), les expositions confrontent affiches et graphismes des temps passés aux formes les plus contemporaines.

Lieu: 7-9, avenue Foch - 52000 - Chaumont

Pour en savoir plus, surfez sur <http://www.ville-chaumont.fr/festival-affiches/index.html>  
Tél : 0033(0)3 25 03 86 80  
Fax : 0033(0)3 25 03 86 98  
ou au 0033(0)1 40 03 94 70



# planning

## formations

À renvoyer  
ou à faxer  
au 071 250 399

formation à titre professionnel

*Tarif : 11 euros/heure*

- avec chèque formation  
 sans chèque formation

formation à titre personnel

*(uniquement le samedi ou en soirée)*

Commission paritaire (voir fiche de paie) :

- 130 (gratuit)  
 218 (gratuit si vous vous inscrivez via  
le Cefora et uniquement pour les cours  
marqués d'un astérisque)  
 autres, à spécifier .....

nom : \_\_\_\_\_ prénom : \_\_\_\_\_

n° registre national : \_\_\_\_\_

### coordonnées personnelles

rue : \_\_\_\_\_ n° : \_\_\_\_\_

code postal : \_\_\_\_\_ localité : \_\_\_\_\_

Tél. : \_\_\_\_\_ fax : \_\_\_\_\_

GSM : \_\_\_\_\_

e-mail : \_\_\_\_\_

fonction actuelle : \_\_\_\_\_

salarié  indépendant  enseignant

### coordonnées professionnelles obligatoires (confidentiel)

nom de la société : \_\_\_\_\_

activité principale de la société : \_\_\_\_\_

commission paritaire :  130  218  autres, à spécifier .....

rue : \_\_\_\_\_ n° : \_\_\_\_\_

code postal : \_\_\_\_\_ localité : \_\_\_\_\_

Tél. : \_\_\_\_\_ fax : \_\_\_\_\_

à partir de  
avril



**Attention,  
les formations  
en rouge  
ne sont organisées  
qu'une fois  
par trimestre  
(places limitées)**

<input type="radio"/> QuarkXPress	09-10-11-12-13/05
<input type="radio"/> QuarkXPress*	10-13-14-20-21/06
<input type="radio"/> QuarkXPress vers InDesign	30-31/03 - 01/04
<input type="radio"/> InDesign	04-05-06-07-08/04
<input type="radio"/> InDesign	30-31/05 - 01-02-03/06
<input type="radio"/> InDesign	13-14-15-16-17/06
<input type="radio"/> InDesign*	06-07-09-16-17/06
<input type="radio"/> InDesign	04-05-06-07-08/07
<input type="radio"/> InDesign*	22-23-24-25-26/08
<input type="radio"/> Illustrator	04-05-06-07-08/04
<input type="radio"/> Illustrator	18-19-20-21-22/04
<input type="radio"/> Illustrator	17-18-19-20-23/05
<input type="radio"/> Illustrator perfectionnement	13-14-15-16-17/06
<input type="radio"/> Illustrator	11-12-13-14-15/07
<input type="radio"/> Illustrator*	22-23-24/06 - 04-05/07
<input type="radio"/> Illustrator	01-02-03-04-05/08
<input type="radio"/> Illustrator perfectionnement	08-09-10-11-12/08
<input type="radio"/> Synergie	25-26-27-28-29/04
<input type="radio"/> Synergie	27-28-29-30/06 - 01/07
<input type="radio"/> Typographie et lay-out*	29-30/03
<input type="radio"/> Typographie et lay-out*	18-19/08
<input type="radio"/> Photoshop*	11-12-13-14-15/04
<input type="radio"/> Photoshop*	27-28-29-30/06 - 01/07
<input type="radio"/> Photoshop - scan et retouche	04-05-06-07-08/04
<input type="radio"/> Photoshop - scan et retouche	24-25-26-27-30/05
<input type="radio"/> Photoshop - scan et retouche	27-28-29-30/06 - 01/07
<input type="radio"/> Photoshop - scan et retouche	01-02-03-04-05/08
<input type="radio"/> Photoshop - photomontage	04-05-06-07-08/04
<input type="radio"/> Photoshop - photomontage	11-12-13-14-15-18/04
<input type="radio"/> Photoshop - photomontage	31/05 - 01-02-03-06-07/06
<input type="radio"/> Photoshop - photomontage	06-07-08-11-12-13/07
<input type="radio"/> Photoshop - photomontage	08-09-10-11-12/08
<input type="radio"/> Color management*	18-19-20/05
<input type="radio"/> Color management	08-09-10/06
<input type="radio"/> Color management*	24-25-26/08
<input type="radio"/> Théorie des couleurs*	06-08/09
<input type="radio"/> Photo numérique* (pour débutants)	23-24-27/06



\*Formations planifiées pour le Cefora,  
accessibles prioritairement aux travailleurs  
de la commission paritaire 218  
en contactant le 02736 76 47.



○ Processus de prod. graphique*	18-19/04
○ PDF	19-20-21/04
○ PDF*	02-03-04-05/05
○ PDF	22-23-24/06
○ Workflow*	13-14-15/04
○ Mise en page Web	09-10-11-12-13-17/05
○ Mac OS X	28-29/04
○ Mac OS X*	18-19/08
○ Base de données	27-28-29-30/06
○ HTML	18-19-20/05
○ XML*	21-22/04
○ Dreamweaver*	02-03-04/05
○ Dreamweaver	23-24-25-26/05
○ Dreamweaver	18-23-24-25/03
○ Dreamweaver	04-05-06-07/04
○ Dreamweaver	01-02-03-04/08
○ Dreamweaver - atelier	04-05-06-07-08-11/04
○ Dreamweaver - atelier	01-03-06-08-09-10/06
○ Dreamweaver et PHP*	30-31/05 - 02-06-07/06
○ Dreamweaver et ColdFusion*	09-10-11-19-20/05
○ Dreamweaver et les CSS	25-27-28/04
○ Fireworks	30-31/03 - 01/04
○ Fireworks	27-30-31/05
○ Fireworks*	20-21-24/06
○ Flash*	08-09-10-22-23/06
○ Flash - atelier	02-03-04-09-10-11/05
○ Flash - atelier	27-28-29-30/06 - 01/07
○ Flash	12-13-14-15-18/04
○ Flash	13-14-15-16-17/06
○ Flash	08-09-10-11-12/08
○ ActionScript	25-26-27-28/04
○ ActionScript*	02-03-04-12-13/05
○ ActionScript	20-21-22-23/06
○ Première	12-13-18-19-20/04
○ After Effects	21-22-23-24-27/06
○ Acrobat et le multimedia*	03-04/05
○ Son numérique	21-22-23-24-25/03
○ 3D Maya	13-14-15-16-17/06

**le samedi**  
de 9h00 à 17h00



○ QuarkXPress	09-16-23-30/04 - 14-21/05
○ InDesign	28/05 - 4-11-18-25/06
○ Illustrator	28/05 - 4-11-18-25/06
○ Photoshop - scan et retouche	09-16-23-30/04 - 14/05
○ Photoshop - photomontage	12-19/03 - 02-09-16-23/04
○ Photoshop - photomontage	09-16-23-30/04 - 14-21/05
○ Photoshop - photomontage	21-28/05 - 4-11-18-25/06
○ Mac OS X	14-21/05
○ Flash	21-28/05 - 4-11-18/06
○ ActionScript	9-16-23-30/04
○ Son numérique	21-28/05 - 4-11-18/06

**en soirée**  
de 17h00 à 21h00



○ InDesign	19-21-26-28/04 - 10-12-18-20-24-26/05
○ Scan et retouche	19-21-26-28/04 - 10-12-18-20-24-26/05
○ Flash	19-21-26-28/04 - 10-12-17-19-24-26/05

**Aide à l'emploi**  
de 8h30 à 16h30

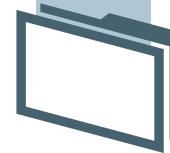


○ Atelier CV	30/03 - 06/04
○ Atelier CV	19/04 - 17/05
○ Atelier CV	05-06/07

**Formation  
à distance**



○ Typographie sur QuarkXPress	Du 11/04 au 29/04 : 8 heures de formation réparties librement.
○ Typographie sur QuarkXPress	Du 06/06 au 24/06 : 8 heures de formation réparties librement.
○ Typographie sur InDesign	Du 06/06 au 24/06 : 8 heures de formation réparties librement.
○ Typographie	17/05 et 24/05 de 08h00 à 12h00 - 21/06 toute la journée.



# C'est à lire : la presse graphique

*Comme d'autres secteurs, l'industrie graphique possède une presse spécialisée, qui traite bien sûr de l'actualité technologique mais aussi sectorielle, de sujets économiques et sociaux, etc. Quelle place tient cette presse, comment travaille-t-elle, quels sont ses principaux titres ? Un aperçu de la presse graphique, vue de l'intérieur.*

En quête d'information, les professionnels du secteur graphique ont accès à différentes sources. Il existe bien sûr des ouvrages spécialisés qui traitent de sujets de fond, par exemple de la typographie ou de la gestion de la couleur. Il existe aussi des instituts de recherche, tels que l'institut Pira en Grande-Bretagne, qui réalisent des enquêtes et organisent des conférences. Certains fournisseurs du secteur organisent eux-mêmes des séminaires ou éditent leurs propres revues, destinées à leurs clients. Enfin, il y a la presse spécialisée.

La presse graphique possède en Europe une tradition déjà longue. Certains titres existent

depuis plus de cinquante ans, comme c'est le cas du magazine belge *Nouvelles Graphiques*. Les titres sont nombreux : chaque pays d'Europe ou presque possède une revue graphique, parfois même plusieurs. Ces magazines sont publiés par des éditeurs indépendants, c'est-à-dire qu'ils ne sont pas liés aux fournisseurs, ni aux fédérations professionnelles, ni aux écoles. Ce sont par contre des magazines commerciaux, largement financés par la publicité. Ce rapport à la publicité n'est pas le propre de la presse graphique. Aujourd'hui, toute la presse en général est concernée. Le financement publicitaire permet d'offrir au plus grand nombre de lec-

teurs une information de qualité à prix modique, mais il présente une certaine ambiguïté : les annonceurs de la presse graphique sont aussi l'objet de ses articles. Des conflits d'intérêts risquent de se présenter. Dans la pratique toutefois, on peut affirmer que les journalistes se montrent soucieux de leur indépendance et que les annonceurs savent la respecter. À cet égard, la séparation des structures commerciales et rédactionnelles des magazines offre les garanties nécessaires.

La plupart des magazines graphiques sont généralistes, c'est-à-dire qu'ils couvrent tout l'éventail du secteur : impression offset et finition, bien sûr, mais aussi papier, logiciels, etc. Il existe cependant des magazines spécialisés qui s'adressent à l'un ou l'autre segment en particulier, par exemple la sérigraphie, le prépresse ou l'emballage.

L'information traitée par les rédactions provient de différentes sources. La première, ce sont les fournisseurs qui transmettent des communiqués, organisent des conférences de presse, des visites d'installations chez des clients, etc. La deuxième, ce sont les salons graphiques, lieu de rencontre du secteur, où sont présentées les nouveautés technologiques. La Drupa à Düsseldorf et l'Ipex à Birmingham sont les plus importants. La troisième, c'est le carnet d'adresses du journaliste : les contacts personnels permettent de récolter une information moins officielle, parfois exclusive et souvent très instructive.

*Une conférence de presse lors de la Drupa : les grands événements sont les rendez-vous privilégiés des fournisseurs et des journalistes.*





## Éclairages

La plupart des magazines graphiques s'adressent au chef d'entreprise. Ils se donnent pour rôle d'indiquer la direction dans laquelle évoluent le secteur et ses technologies. Ils doivent permettre aux entrepreneurs graphiques de se documenter pour étayer valablement leurs choix stratégiques et leurs investissements. En outre, les magazines jouent parfois le rôle d'animateurs de leur secteur. Il arrive qu'ils se muent en organisateurs d'événements tels que des conférences, des concours voire des salons.

Le traitement de l'information est d'abord dicté par l'actualité: ce sont les nouveaux développements technologiques et les nouvelles sectorielles. Du point de vue technologique, ces dernières années, c'est le développement du CtP, de l'impression numérique et des systèmes de flux de travail qui a retenu l'attention. Aujourd'hui, les revues parlent beaucoup du JDF. L'information sectorielle concerne les fusions et rachats d'entreprises, les faillites, les investissements, mais aussi tout ce qui peut influencer le fonctionnement des entreprises graphiques: réglementations sociales et d'environnement, méthodes de gestion, etc. Par ailleurs, le critère de proximité joue également un rôle important. Les magazines, généralement de portée nationale, accordent beaucoup d'attention à l'information locale. Au-delà de l'actualité immédiate, l'élaboration de dossiers et de suppléments permet d'approfondir certains sujets.

### La presse graphique francophone

Comme nous l'avons écrit, la presse graphique est vivace en Europe. Cependant, cette presse n'échappe pas aux lois de son secteur. Elle a vécu ces dernières années des temps difficiles, marqués par un recul de la publicité qui a provoqué une concentration. Certains titres ont disparu ou changé de mains, d'autres sont fragilisés. Le paysage de la presse graphique francophone reste, néanmoins, étonnamment vaste et varié. En Belgique, le magazine *Nouvelles Graphiques*, édité par Roularta, offre deux fois par mois un aperçu complet de l'actualité gra-

phique. La même équipe lance cette année une autre revue spécialisée, *M. & C.*, consacrée à l'impression numérique, la signalétique et la communication visuelle, qui paraîtra quatre fois par an. Il existe une autre revue graphique belge, *Print + Publish*.

En France, la revue *Caractère* occupe une place privilégiée. Il s'agit d'un mensuel qui se distingue par son format inhabituel (34x24 cm) et

jusqu'à production et la logistique. Nous n'évoquerons pas ici les nombreux magazines professionnels traitant de la photographie, domaine apparenté aux arts graphiques mais qui nous emmènerait trop loin.

Précisons encore que les principales revues graphiques européennes ont fondé une association, *Eurographic Press*, dont font partie *Nouvelles Graphiques* et *Caractère* mais aussi *Deutscher Drucker* (Allemagne), *Graficus* (Pays-Bas), *Printing World* (Grande-Bretagne) et une dizaine d'autres. Elle est actuellement présidée par le Belge Alain Vermeire, rédacteur en chef de *Nouvelles Graphiques*.

Les sources d'informations, comme on le voit, sont abondantes. Une presse graphique de qualité joue pour le secteur un rôle capital. C'est un instrument d'orientation qui aide à se repérer et à trouver son chemin, pour peu qu'on sache le lire.

Emmanuel Robert, journaliste, fait partie de la rédaction du magazine *Nouvelles Graphiques* depuis 1999.



*L'association Eurographic Press réunit les principaux titres de la presse graphique européenne.*

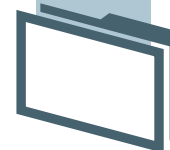
par la rigueur de son contenu. On y trouve des rubriques régulières consacrées aux technologies, aux marchés spécialisés, aux régions, aux prestataires, etc. *Caractère* a pour principal concurrent un autre mensuel, *France Graphique*, assorti du supplément *Converting* consacré au façonnage.

À ces revues graphiques «généralistes», il convient d'ajouter d'autres titres plus spécifiques. Ainsi, le mensuel *Étapes*, bien connu des designers. Il s'agit d'une revue haut de gamme traitant de la création graphique sous tous ses aspects: typographie, maquette, emballage, etc. *Reproduire & Impression*, d'autre part, est un magazine qui s'adresse au monde de la reprographie, des bureaux de copie, et qui traite principalement d'impression numérique. Comme son nom l'indique, la *Revue du Papier Carton*, couvre tous les sujets liés à la fabrication et la transformation du papier. Il faut encore citer *Emballage Magazine*, qui traite de l'emballage sous toutes ses formes, dans toutes les matières et toutes les applications, depuis la conception

### Sur la Toile

La presse graphique s'étend aussi sur Internet. Les principales revues ont toutes leur site web. Il s'agit parfois d'une simple vitrine mais, dans d'autres cas, ces sites constituent de véritables portails d'information, accessibles gratuitement. Ainsi, le site web du magazine français *Caractère*: [www.caractere.net](http://www.caractere.net). On ne manquera pas non plus de visiter [www.graphiline.com](http://www.graphiline.com) ou [www.etapes.com](http://www.etapes.com). Le site web de *Nouvelles Graphiques*, dans l'attente d'une refonte, n'est plus entretenu actuellement mais le magazine propose en revanche une lettre électronique, hebdomadaire et gratuite, à laquelle on peut s'inscrire en écrivant à [ngexpress@roularta.be](mailto:ngexpress@roularta.be). Enfin, le Centre d'études et de ressources des industries graphiques (*Cerig*) tient sur son site une revue mensuelle de la presse graphique. Voir <http://cerig.efpg.inpg.fr/>. Pas d'articles ici, mais une mine de références.

*Emmanuel Robert*



# L'imprimerie numérique...

*Le «rêve numérique», propulsé au rang de solution miracle fin du millénaire, s'est retrouvé (telle la vague internet sur les brises lames de la réalité «productionnelle»), relégué au rang de procédé d'impression vulgaire, à la qualité bas de gamme. Quand est-il aujourd'hui? La technique évolue-t-elle ou le marché s'est-il adapté? Au fait, connaissez-vous cette technique d'impression et ses possibilités? Petit tour d'horizon sur un monde souvent méconnu.*

## Qu'entend-on par procédé numérique?

Depuis une bonne quinzaine d'années, le rythme de mutation de l'imprimerie vers l'automatisation s'est accéléré de manière exponentielle. Parfois avec déboires, tantôt avec des demi-succès, mais toujours vers plus de numérique et de moins en moins d'interventions humaines. Cela a commencé par les premières vraies utilisations professionnelles des Apple Macintosh vers les années 87-88, permettant une digitalisation de la mise au net des maquettes papier. Adieu les bromures et autres photocomposeuses. Ce n'est que vers le début des années 90-94 que les systèmes d'imposition électronique se répandent dans les photogravures, encore fort présentes, et les imprimeries où l'acquisition de matériel de sortie digitale commence. Imposer des pages numériques pour en faire un montage complet et le sortir sur film, à peine généralisé, devient obsolète: pourquoi ne pas le sortir directement sur plaque? Ce sera le cas fin des années 90, début 2000 où ce procédé se généralise à un point tel que les fabricants Agfa, Creo, Heidelberg... suppriment de leur gamme les flasheuses film, ou en créent une spécifique à l'usage des petites imprimeries ne disposant pas des moyens nécessaires à l'acquisition de ce genre de matériel.

En résumé, le but manifeste de cette évolution est de supprimer au maximum les étapes jusque-là nécessaires au bon déroulement d'une production d'imprimés, le tout au numérique, quoi<sup>1</sup>.

Ah, gain de temps et gain d'argent... quand tu nous tiens!

## L'offset traditionnel a-t-il encore un avenir?

Au vu de l'automatisation, on pourrait légitimement se le demander. Le procédé de fabrication offset, de la préparation des fichiers à la livraison du produit fini prend selon les cas plus ou moins de temps. Trop pour certains.

Le Computer-to-Film ayant presque disparu de la gamme des fabricants de flasheuses, le Computer-to-plate est devenu le standard en la matière. Pourtant, le principe n'est pas neuf. Les modèles expérimentaux virent le jour dans les années 70. Ce n'est que depuis le salon international Drupa de 1995 que l'expansion est devenue significative. 10 ans donc que le succès des CTP dure.

Avec l'apparition des Direct-to-Press, combinée au perfectionnement des presses digi-

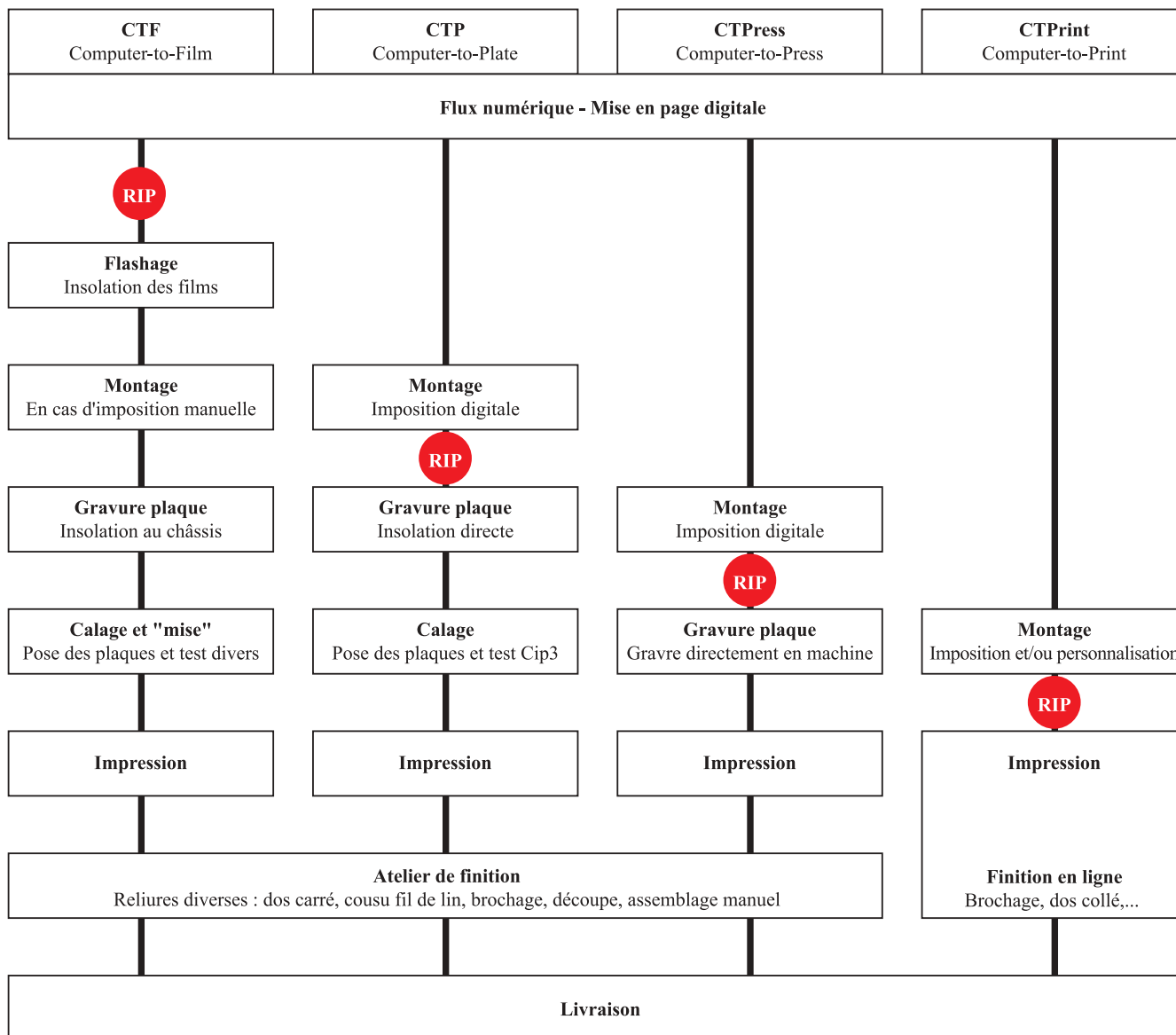
tales, beaucoup ont voulu enterrer trop vite les presses offset traditionnelles. On estimait alors que la Drupa 2004 verrait la fin du CTP et de l'offset traditionnel. Il n'en est rien, au contraire. Il semble que l'on se dirige vers un système offset traditionnel de haute qualité auquel viennent se greffer les nouveaux systèmes numériques réservés à des marchés plus spécifiques exploitant ce que l'offset traditionnel est incapable de faire, comme la personnalisation par l'image et le texte des documents, ou encore les faibles tirages trop chers à réaliser de manière traditionnelle.

Leur mort n'est donc pas prévue dans le moyen terme. Par contre, à long terme, gageons que des ingénieurs auront trouvé le moyen de rendre la presse offset aussi simple à utiliser qu'une imprimante de bureau. L'imprimerie a subi tellement de révolutions ces dernières années qu'il n'est pas fou de le penser.

## Le CTPress, ou direct-to-press

Contrairement à ce qu'avaient prédit les augures drupasiens de 1995, la mise au rebut des offset traditionnelles au profit des offset numériques n'a pas eu lieu. Pour les pro-numériques, c'est le désenchantement. Partie remise!

<sup>1</sup> En complément à ce sujet, voir «Acrobat ou le monde du Portable Document Format», l'Info n° 15, Cepegra, 3e trimestre 2003.



Supprimer au maximum les étapes jusque-là nécessaires au bon déroulement d'une production d'imprimés. Gagner du temps et de l'argent, voilà en résumé le but manifeste de l'évolution numérique.

« Dans ce procédé, les plaques sont directement gravées sur la presse. Les temps morts entre deux travaux sont ainsi fortement réduits et, ce qui ne gâche rien, une économie substantielle de papier va de pair ».

C'étaient les principaux arguments commerciaux lors de la Drupa 1995, lorsqu'un des premiers modèles viables fut présenté : la QuickMaster DI de chez Heidelberg. Cependant, et malgré des avantages évidents, la gestion de ce type de presse demandait des attentions constantes. Combinée aux limitations des formats proposés, son utilisation à grande échelle fut compromise. Pourtant, la qualité d'impression est au rendez-vous.

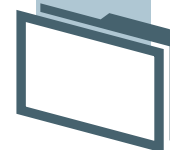
### Le Direct-to-Print alors ?

#### Généralité

Comme son nom l'indique, il s'agit ici de lancer la commande d'impression directement de l'ordinateur-pilote et de voir sortir de suite les imprimés, sans passer par toutes les étapes classiques de l'offset. On peut considérer ce principe d'envoi comme celui d'une simple imprimante de bureau connectée. C'est le 100 % numérique.

Les premiers systèmes d'impression, apparus en 1990 avec la Xerox DocuTech 90 puis 135 consistaient en un gros copieur noir et blanc perfectionné et connecté au réseau prépresse.

Puis, avec la flambée des « visionnaires » et leurs extrapolations de science-fiction du même acabit que celles concernant la montée d'internet, la course au perfectionnement de la technologie d'impression direct-to-print s'accéléra à un rythme effréné. Des fabricants tels Xerox, HP, Agfa, Xeikon et tous les autres annonçaient une révolution qui pour tel constructeur signerait la fin de l'offset, pour d'autre l'avènement d'une technologie d'impression qui lui ravirait une grande part de marché. Beaucoup ont depuis déchanté... Qualité insuffisante, coût trop élevé, mise en œuvre délicate, technologie inadaptée, personnel qualifié trop rare et donc cher... sont autant d'arguments justifiés ayant ramené chacun à des considérations plus réalistes.



Ceci dit, le numérique, en constante évolution, déplace de jour en jour la frontière de rentabilité et de qualité qui le sépare de l'offset. Son potentiel est tel que beaucoup s'orientent vers la personnalisation à l'extrême, par le texte et aussi l'image ou la couleur.

En quelques années, les précurseurs des technologies numériques couleur, que sont le Belge Xeikon et l'Israélien Indigo, ont fait des émules. Xerox, Hewlett-Packard ou Heidelberg ont développé leurs systèmes. D'autre, comme Océ, IBM ou Delfax ont plutôt visé la vitesse de production, en essayant d'avoir une qualité non pas comparable à l'offset, mais du moins convenable pour des types de travaux plus administratifs (facture, adressage...) ou éphémères (journaux, mailing...).

Les progrès en la matière sont incessants et il n'y a pas un nouveau mois sans une nouvelle annonce technologique.

#### Personnalisons!

Le véritable «plus» commercial du numérique reste sa capacité à imprimer ce que l'on appelle «données variables».

Ce marché est latent et la concurrence terrible. On pressent (espère?) une explosion de la demande. La clientèle potentielle semble encore mal se rendre compte des avantages offerts par cette technique et surtout du bénéfice qu'elle pourrait en tirer. Ce n'est plus du «mailing toute boîte» mais bien de vraie lettre personnelle dont il s'agit.

Par exemple, un constructeur de voiture forcément au courant des goûts personnels de sa clientèle, pourrait très bien fournir un catalogue «privé», contenant les textes et illustrations de voitures habillées de la couleur préférée de son client, ou présentant des mises en scène plus «sportives», ou «feutrées».

Ceci implique cependant pas mal de contraintes supplémentaires. Il est nécessaire dans ce cas que ce constructeur dispose d'une base de données suffisamment détaillée sur ses clients ou prospects. De plus, encore faut-il que cette base de données soit gérée de façon stricte et rigoureuse quant à son encodage et surtout, que ce constructeur accepte l'idée de déléguer son fichier clientèle à un tiers. On rentre alors dans le cadre de l'impression «sécurisée», pour laquelle il existe des normes de certification réglant les procédures de fabrication et surtout la confidentialité à apporter aux contrats

des employés. Sans compter les locaux de fabrication protégés par sas d'entrée, vigiles, contrôle par passe...

#### Principe de fonctionnement

Il y a trois principaux types de technologie :

- le jet d'encre
- l'électrophotographie (toner)
- le transfert d'encre liquide.

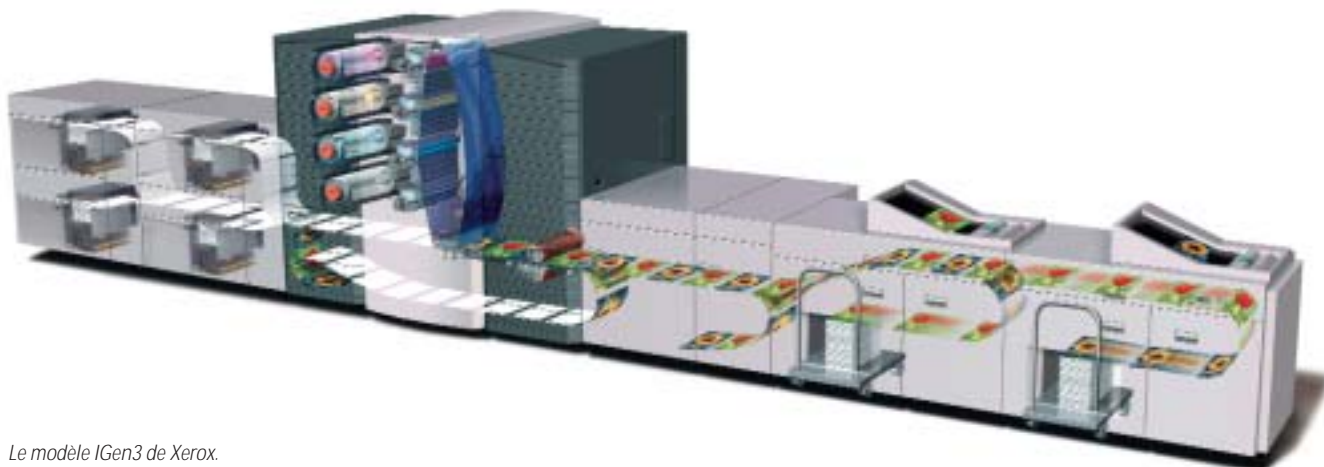
#### Le jet d'encre

Le principe d'impression consiste à projeter des bulles d'encre sur le papier au travers des tubes: un fluide chauffé se dilate et produit des bulles. Cette technologie nécessite donc un papier suffisamment résistant à l'absorption. Et pour cause, puisque l'encre sèche directement sur le papier. Tout l'art tiendra entre la maîtrise du temps entre la projection de l'encre sur le papier et le séchage de celui-ci avant une nouvelle projection.

Ses applications sont diverses: de la simple imprimante de bureau vers la «tireuse» de «photos», jusqu'aux imprimantes très grand format (plusieurs mètres de laize) capables de rivaliser avec la sérigraphie. Certains modèles

*Cette technologie offre des rapports qualité/prix imbattables pour les très courts tirages. Procédé beaucoup plus souple que la sérigraphie, on obtient, en contre-collant sur plexiglass, un panneau bien pratique pour une foire commerciale par exemple.*





Le modèle IGen3 de Xerox.

peuvent imprimer sur des supports variables comme le tissu, plastique, papier épais...

### L'électrophotographie (ou xérographie)

Comme vu précédemment avec l'exemple de Xerox Docutech 90, l'électrophotographie n'est pas neuve: dix ans... et toujours d'actualité pour des domaines particuliers tels que l'impression de livre à la demande (quelques exemplaires, entre 20 et 1000 par ex.), ou autres manuels techniques ne nécessitant pas de qualité extrême...

Concrètement, le principe est de créer une image dite latente (ou virtuelle, car non encore imprimée), sur un tambour en silice capable de se décharger électriquement sous

l'effet du laser. L'image ensuite transférée sur le papier frôlant ce même tambour se dirige vers un élément chauffant qui va fixer cette encre en poudre sur le support papier. De par la chaleur émise (300 °C), l'humidité du papier disparaît plus ou moins en fonction de la qualité de celui-ci. Souvent, un humidificateur suit la chaîne de production afin de rendre une souplesse au papier, et ainsi sous l'action de l'eau, annihiler l'effet de courant statique dû au frottement du papier à travers les différents entraînements. À chaque tour de cylindre, l'image peut-être différente. Ce principe s'oppose donc au CTPress et à l'offset traditionnel, dépendant d'une gravure de plaque unique servant à imprimer plusieurs fois la même forme.

Les presses en question peuvent se présenter sous plusieurs formes: en feuille à feuille, c'est-à-dire imprimant des feuilles d'un format prédéfini, ou connectées à un système de dévidement de papier sous forme de bobine, à l'image des rotatives classiques. Avec ce type d'imprimante et selon le modèle, plusieurs modules de finition peuvent être ajoutés à la ligne de production: une découpe, un assemblage, plieuse, collage, agrafage... On obtient au final un résultat prêt à la livraison.

Une déclinaison de ce principe:

La transmission par ultrason, selon la nouvelle technologie développée par Xerox avec son modèle IGen3.

La technologie est fort semblable à l'électrophotographie sauf que le cylindre est ici remplacé par une bande photoréceptrice. Celle-ci est chargée selon le même principe, puis écrite

par le laser. Une fois les quatre couleurs superposées sur la bande, le transfert est opéré par ultrason, garantissant un repérage parfait.

### Les presses à encre liquide

Une des premières presses numérique à utiliser l'encre liquide a été celle conçue par Indigo, une société israélienne, aujourd'hui faisant partie de Hewlett-Packard. Cette presse combine l'insolation laser, comme l'électrophotographie, avec le principe de l'offset par la présence d'un report d'encre liquide via un blanchet. On se rapproche donc

HP Indigo press 3050



Les modèles Indigo de HP figurent parmi les imprimantes numériques les plus appréciées par les utilisateurs pour leurs qualités d'impression, celles-ci se rapprochant de l'offset. La aussi, certains modèles de finitions peuvent être connectés avant ou après l'imprimante: dérouleur/enrouleur de bobine de papier, découpe, brochage...

très fort de la qualité offset. L'encre utilisée n'est cependant pas tout à fait la même, il s'agit d'une encre spéciale à granulométrie très fine incluant des particules à accumulation électrique: ElectroInk, de chez Toyolnk, Japon.

Une image vaut mieux qu'un long discours.

