

6

LINEA

TECHNOFUTUR - CEPEGRA

TRIMESTRIEL D'INFORMATIONS DES FORMATIONS POUR L'INDUSTRIE GRAPHIQUE

Créez un site avec ImageReady

polémique
sur l'origine
de l'arobase

mesure
et typographie

Formation en son numérique

Formation en HTML et DHTML

Nouveautés en auto-formation

Internet et le secteur graphique

Aujourd'hui, Internet a dépassé le simple phénomène de mode pour devenir un standard de la communication, tant au niveau local qu'international. Il enregistre une vitesse de développement fulgurante, entraînant des bouleversements pour nos modes de vie, de consommation et de travail.

Bien entendu, la communication des entreprises a pris place au cœur de ce mouvement. Pour preuve, les entreprises sont de plus en plus nombreuses à se connecter à Internet, à créer des sites ou à se lancer dans le commerce électronique. C'est effectivement un moyen peu coûteux et efficace pour recevoir et diffuser des informations en comptant sur des retombées significatives pour l'entreprise, en terme de gains de productivité et surtout d'ouverture vers de nouveaux marchés. Cependant, pour répondre à ce défi, les entreprises se voient contraintes de modifier leur mode d'organisation et parfois même de production afin de mieux aborder un futur souvent riche en incertitudes.

Internet est une infrastructure sur laquelle se sont développés de nombreux services. Son évolution fulgurante en terme de trafic généré, surtout au cours de ces deux dernières années, est principalement due à l'immense succès qu'il remporte à la fois en tant qu'outil professionnel et comme formidable source d'information, de partage et de services.

Grâce à une connexion à Internet, une entreprise pourra améliorer efficacement son degré d'action ou de réaction face à son environnement.

Surveiller son environnement est de la plus haute importance pour qu'une entreprise reste compétitive. Les entreprises connectées au réseau pourront ainsi rechercher des informations techniques ou économiques grâce aux bases de données mais également mieux connaître leurs concurrents, leurs offres, leur politique commerciale et tarifaire grâce à l'analyse de leur présence sur le Web. Elles pourront également rechercher des renseignements commerciaux et financiers sur les clients, rechercher des fournisseurs, mais également garder le contact avec la clientèle, établir des liaisons avec la

sous-traitance, prospecter de nouveaux clients ainsi que mieux gérer le service après-vente.

Présenter sa société sur ce nouveau média par l'intermédiaire d'un site Web clair et concis présente des atouts majeurs pour l'entreprise : augmenter sa visibilité par un « site plaquette » servant principalement à se faire connaître, élargir sa zone de chalandise par la mise en place d'un catalogue en ligne ouvert sur le monde entier ou plus modestement sur son marché proche.

Cependant les entreprises sont encore loin d'avoir toutes intégré et compris tous les bénéfices qu'elles pourraient retirer de cette technologie. De nombreux obstacles gênent encore la généralisation de ce mouvement. Les raisons, invoquées ou non, à l'encontre d'Internet sont souvent le résultat d'une méconnaissance sur les opportunités réelles que véhicule ce média. D'une part, les obstacles concernant l'utilisation du réseau. D'autre part, les obstacles concernant des idées véhiculées par des entreprises qui ont vécu une démarche de mise en place de site sans succès. En effet, certaines entreprises qui, dès le départ ne croient pas trop en leur démarche se trouvent généralement devant le paradoxe suivant : alors qu'elles éditent souvent à grand frais de superbes plaquettes publicitaires en quadrichromie sur de beaux papiers : elles acceptent de n'avoir qu'une, voire quelques pages maigrelettes, mal conçues, pour diffuser leur image sur Internet. Un tel décalage dans la politique de communication est surprenant et ne s'explique que par une mauvaise connaissance du média Internet.

Le secteur professionnel des Industries Graphiques semble présenter une réceptivité toute particulière au média Internet. En effet, ce secteur présente un taux d'entre-

prises connectées à Internet de 80 %, chiffre supérieur de 20 points à la moyenne nationale. Les applications le plus souvent utilisées sont la réception de travaux à réaliser, la livraison d'épreuves, la vérification et mise à jour des travaux, le contrôle des commandes, l'achat de fournitures ainsi que la communication avec des fournisseurs.

Il est à noter que l'usage professionnel d'Internet, dans les industries graphiques, vise en premier lieu à privilégier l'automatisation croissante des fonctions conduisant les entreprises vers plus d'efficacité.

L'autre impact d'Internet sur ce secteur professionnel, concerne l'apparition d'entreprises d'e-business. Il s'agit de plateformes d'échanges sur le Web qui se chargent de mettre en relation les imprimeurs avec leurs clients en vue d'une collaboration efficace pour la réalisation de travaux d'impression. Bien qu'elles présentent chacune des fonctionnalités différentes, elles se positionnent toutes en intermédiaire dans les relations commerciales.

Internet est donc en train de changer complètement les données dans le secteur des Arts Graphiques. Il oblige les entreprises à vérifier, voire à modifier, la chaîne de valeur ajoutée qui va de la recherche-développement à la production, de la production au revendeur et du revendeur au client. Aujourd'hui, il est difficile de prévoir ce que sera Internet dans un an ou deux. C'est une structure qui a la particularité d'évoluer très rapidement selon les besoins. Mais ce dont nous pouvons être sûrs c'est que les nouvelles règles qui se mettent en place via le réseau Internet vont impliquer de profonds changements dans l'organisation des entreprises de demain. Ces accélérations des mutations ne seront probablement pas sans effets sur les structures et sur les métiers. ■

Guy Hubaut



Trimestriel gratuit, imprimé à 5000 exemplaires.

2^e trimestre 2001

Rédaction: Technofutur - Cepegra
Avenue Georges Lemaitre 22
6041 Gosselies
Tél. 071 250 321 - Fax: 071 250 399

Conception: Nathalie Gautier

Création maquette: Michel Giens

PAO et impression: Technofutur Cepegra

Sponsoring: Mike Wachowski

Ont collaboré à la rédaction de ce numéro: Jean-Christophe De Bock - Philippe Eeman - Daniel Happillon - Thierry Herman - Guy Hubaut - Patrick Lauretig - Yves Robert - Robert Stock - Yves Thérér - Jean-Luc Urbain...

Éditeur responsable: Émile Rosar
Avenue des Alliés 14, 6000 Charleroi

Imprimé sur papier 100 % recyclé.



sommaire

2 Internet et le secteur graphique

4 actualité du centre
html/dhtml

5 actualité du centre
contact emploi
nouvelle formation
son numérique

6 actualité du centre
Il n'est de bons
« contes »
qu'entre amis...
auto-formation

8 dossier
polémique sur l'origine de l'@

9 dossier
ImageReady le cadeau Bonux d'Adobe Photoshop

13 dossier
suite du dossier mesure & typographie

15 contact emploi
le coin des surfeurs

16 agenda



HTML

HTML

Le langage HTML (HyperText Markup Language) tire son origine du SGML (Standard Generalized Markup Language) développé par Charles Golfarb et du concept de l'Hypertexte créé par Ted Nelson. C'est Tim Berners-lee, en mars 1989, qui définit le principe du HTML.

Le HTML est un langage très facile à maîtriser. Il s'agit tout simplement d'un « langage à balises » (format ASCII), contenant des instructions dans des balises (tags) délimitées entre crochets. Un document HTML n'est rien de plus qu'un fichier texte. Une page HTML peut donc être lue et interprétée (pas forcément de façon identique) par n'importe quel navigateur sur n'importe quelle plateforme.

Le HTML est le langage principal sur le Web. Son confectionnement est très simple, même si vous ne connaissez aucun autre langage de programmation vous pouvez l'apprendre sans difficultés.

Le HTML peut s'écrire sur un tas de logiciels, les éditeurs HTML évidemment, mais également tous les traitements de texte ou même « SimpleText » sur Mac.

Les éditeurs graphiques de page HTML se multiplient, rendant la conception de page pour Internet toujours plus facile. Mais lorsque l'on cherche un résultat précis, il faut parfois « mettre les mains sous le capot » et ouvrir un éditeur de texte. Là, point de salut si vous n'avez pas de connaissances en HTML.

DHTML

Nous vivons actuellement une évolution importante au niveau de l'édition des pages Web !

En effet, depuis l'apparition du CSS (Cascading Style Sheets) et conjointement du modèle objet de Dynamic HTML (navigateurs versions 4 et supérieures), il est possible maintenant de créer des documents HTML (Hyper Text Markup Language) totale-

ment interactifs, ce qui permettra de rendre le Web de plus en plus attrayant, convivial et pratique.

Actuellement, les deux grands navigateurs (Internet Explorer 5.x et Netscape 4.x) ne sont pas encore totalement compatibles : Internet Explorer 5.x donne beaucoup plus de possibilités d'action (par les scripts) sur les éléments du document HTML.

Nous espérons et croyons que cette situation changera et qu'au moins, dans la majorité des cas, hormis quelques particularités, la compatibilité et donc l'interprétation des scripts par les deux grands navigateurs, sera entièrement réalisée. ■

NOUVELLE FORMATION

Le centre Technofutur Cepegra vous propose dès maintenant, sa nouvelle formation en HTML et DHTML.

Cette formation se déroulera sur une période de 3 jours (24 heures), en semaine, la journée ou le soir et/ou le samedi.

Pré-requis : bonne connaissance de l'interface Mac ou PC ainsi que la connaissance des principes de la mise en page Internet.

Contenu :

- planification et structuration de projets ;
- intégration de liens Hypertextes, de graphismes et d'animations ;
- utilisation et gestion des frames ;
- mise en page élaborée grâce aux feuilles de style ;
- intégration et traitement d'un formulaire.

Pour tout renseignement ou inscription, contactez Françoise Devos au 071 250 333.

Un formulaire coloré...



```
<html>
<head>
<title>Formulaires</title>
<meta http-equiv=>ContentType
content=>text/html;
charset=>iso-8859-1<>
```

```
</head>
<body bgcolor=>#FFFFFF>
<form method=>post action=>xxxxxxxxxxxxx>
<p>
<input type=>text name=>nom
value=>en jaune
Style=>background-color: yellow; font-size: 8pt;
color:> green;>
</p>
<p>
<select name=>popup Style=>
background-color: red;
font-size: 8pt;color:>#FFFFFF;>
<option>En rouge</option>
</select>
</p>
</form>
</body>
</html>
```

contact emploi

OLIVIER WERY
30 ans

cherche un emploi comme
OPERATEUR PAO

Formation d'opérateur PAO au Cepegre.
Bon contact. Dynamique, volontaire et autonome.
Langues : français (bases en anglais et espagnol).

ISABELLE VANDENSTOCK
24 ans

cherche un emploi comme
OPERATEUR PAO

Formation d'opérateur PAO au Cepegre.
Organisée, ponctuelle, dynamique et disponible.
Connaissances en Excel et Word.
Langues : français - anglais - néerlandais.

ETIENNE BAUMAL
36 ans

cherche un emploi comme
CONDUCTEUR OFFSET

Formation de conducteur offset au Cepegre.
Bonnes connaissances et expériences en PAO
(XPress, Illustrator, Photoshop).

BENJAMIN CORNET
20 ans

cherche un emploi comme
OPERATEUR PAO

Formation d'opérateur PAO au Cepegre.
Précis, organisé, calme. Bonne intégration en groupe.
Langues : français (néerlandais et anglais scolaire).

DANIELA MAJOIS

cherche un emploi comme
OPERATEUR PAO
dans la région de Mons

Formation d'opérateur PAO au Cepegre.
Connaissance en Word.
Facilité d'adaptation, bon contact humain et commercial.

nouvelle formation son numérique

Depuis le mois de février, le centre Technofutur Cepegre propose une nouvelle série de modules de formation en son numérique.

La gestion du son est en effet devenue indispensable aux concepteurs multimédia et internet.

Découverte du son numérique

40 heures

Éveil sonore, découverte et prise en main du matériel, pratique de la captation de sons, export de son. Premiers travaux sur l'édition de son, découverte d'un séquenceur M.I.D.I. et audio, mise en pratique de l'acquis. Logiciels utilisés : Cubase VST, Wave Lab et Cool Edit Pro.

Pré-requis : bonne utilisation d'une interface Windows (ou Mac).

Spécialisation en mixage et mastérisation

16 heures

Mixage et mastérisation d'un projet audio-numérique (chanson, montage sonore, musique d'illustration) dans Cubase VST/32.

Pré-requis : avoir suivi le module de découverte ou maîtriser les compétences. Préparer un projet à réaliser.

Création de M.A.O.

8 heures

Découverte de la musique assistée par ordinateur : création de séquence M.I.D.I. dans Cubase VST/32.

Pré-requis : bonne utilisation d'une interface Windows (ou Mac). Connaissances musicales (notions de solfège).

Ces formations s'adressent tant aux demandeurs d'emploi qu'aux travailleurs. Les demandeurs d'emploi doivent envoyer leur inscription accompagnée d'une lettre de motivation et d'un C. V. Ils seront ensuite invités à passer un entretien avec les formateurs du centre Technofutur Cepegre pour évaluer leur niveau de compétence et être ainsi conseillés sur leur futur parcours de formation.

Les cours sont dispensés de manière flexible : en journée, en soirée et/ou le samedi suivant la demande.

Pour tout renseignement ou inscription, contactez Françoise Devos au 071 250 333.

**POUR PLUS D'INFO CONCERNANT CES DEMANDES
CONTACTEZ ROBERT STOCK AU 071 250 387**



Il n'est de bons « contes » qu'entre amis...

Cette séquence Atelier, nous l'avons souhaitée, nous l'avons demandée, nous l'avons obtenue.

Après les cinq premiers mois de formation axés sur la technique (impression et PAO), le marketing et les ressources humaines, il s'agissait de tester notre capacité à maîtriser la réalisation d'un produit, d'un bout à l'autre de la chaîne de production, de la conception à la réalisation, du premier contact avec le client jusqu'au produit fini. Tester aussi notre capacité à gérer un projet et son développement avec différents intervenants. Si la consigne était simple, la réalisation devait s'avérer beaucoup moins évidente. Plusieurs projets ont été déposés sur la table des stagiaires « Management », certains amenés par eux-mêmes, d'autres proposés par les formateurs du Centre. Un point commun : l'interlocuteur final était bel et bien un client extérieur avec une demande précise et une attente de résultat.

En choisissant notre sujet, nous avons à constituer le dossier, établir le contact avec le client, examiner sa demande et ses souhaits et, dans les trois semaines imparties pour l'atelier, faire exécuter la commande. Pour ce faire, nous avons à administrer le travail avec une équipe de graphistes, eux aussi en formation, pour la phase pré-pressé et à organiser l'impression et la finition, soit en interne, au Centre, soit en externe, dans des ateliers professionnels.

Trois équipes se sont constituées autour des projets : pour chacune, deux ou trois sujets à traiter (brochures, affiches, dépliants, ensemble pour campagne de promotion d'image...) par un, trois ou quatre graphistes conduits par deux ou trois managers.

LES CONTRAINTES ET LES PROBLÈMES

Notre équipe devait traiter la sortie de deux brochures éditées par une association d'action culturelle. La première présentait trois contes populaires sénégalais, adaptés et

illustrés de dessins d'enfants ; elle intervenait dans le cadre d'un projet d'aide au développement et participait au financement d'une association de femmes sénégalaises.

Fiche technique : 48 pages + couverture avec pelliculage, full quadri, format 21 x 21 cm, dos cousu collé, 1 000 ex. sur papier mat 135 g et 300 g.

La seconde brochure était le catalogue de trois expositions d'art conceptuel, montées par l'association dans ses locaux et présentant les montages de plusieurs artistes internationaux. Peu de texte, beaucoup de photos, une mise en page précise pour une exigence de qualité artistique à la hauteur du sujet.

Fiche technique : 48 pages + couverture avec pelliculage, full quadri, format 25 x 20 cm, dos cousu collé, 1 000 ex. sur papier satiné 135 g et 300 g.

Le temps fut notre première contrainte. La brochure des contes devait être présentée à la mi-mars. Nous démarrions le travail fin février et la seule phase de finition nécessitait une semaine. Restaient cinq jours ouvrables pour mener à bien le travail ; il manquait des textes, notamment en provenance du Sénégal et le client ne parvenait pas à fixer son choix sur les polices et le traitement des illustrations.

Au plan des contraintes techniques, nous avons pu bénéficier des conseils, de la souplesse et de la disponibilité de notre imprimeur (chose rare et donc précieuse !) pour préparer un planning serré, dès avant l'ouverture des hostilités. Un long entretien préalable et constructif avec le client nous a aussi permis de bien dégager le terrain avant de commencer.

Dès le premier jour avec l'équipe, nous savions ce que nous devions faire, comment répartir le travail et gérer le planning. Bien des aléas ont ainsi été contournés.

Par contre, nous n'avions pas prévu que la flasheuse du Centre tomberait en carafe et nous ferait perdre du temps pour le tirage des épreuves nécessaires à l'appréciation du traitement des images. Quelques jours plus tard, à la sortie des films, trop confiants et trop pressés, nous n'avons pas contrôlé les densités. Des bains non renouvelés et un mauvais paramétrage de la machine ont produit des films trop peu chargés et donc, en fin de parcours, une impression un peu pâle.

LÉGER DÉSAPOINTEMENT... !

Mais la brochure est sortie à temps, dans les délais impartis, à la satisfaction manifeste du client, bien conscient des contraintes de la réalisation.

Déception cependant pour la seconde brochure ! Faute d'avoir pu décrocher le budget nécessaire, le client a dû renoncer, pour l'instant, à son édition. Nos graphistes ont quand même figolé le travail pré-pressé pour fournir une solution prête à l'emploi disponible pour une impression future.

LES PETITS PLAISIRS DE LA VIE

Au-delà du plaisir simple de tenir en main le résultat d'un travail assez bien mené, notre meilleure satisfaction dans cette expérience vient de la qualité des relations qui se sont établies entre les différents intervenants.

Finalement, les vrais plaisirs de la vie sont de cet ordre-là.

Nous ne nous connaissions pas au départ et pourtant, nous avons apprécié tout de suite l'enthousiasme de nos graphistes. Nous devons beaucoup à leur détermination, leur

efficacité, leur esprit d'initiative et leur sens des responsabilités. Nous n'avons pas pour autant évité quelques heurts ou erreurs, mais nous avons tous, sans doute, la conscience de devoir aboutir et pour cela, la nécessaire obligation de travailler ensemble.

Par ailleurs, entre nous, managers, nul doute que nous ayons trouvé tout de suite une parfaite complémentarité et un mode de fonctionnement égalitaire, sans prédominance infondée.

Nous avons eu la chance aussi de rencontrer des professionnels attentifs et disponibles qui nous ont aidés par leurs conseils et leur encadrement, sans toutefois nous abandonner quelques concessions de temps ou de rentabilité.

Nous avons appris beaucoup avec chacun.

LES LEÇONS À TIRER

Nous pratiquons bel et bien un métier de communication. Avant les contraintes techniques, le traitement des images, les problèmes de délais et les questions de rentabilité, il faut se parler, s'entendre et s'écouter.

S'entretenir avec le client et entendre ses souhaits et ses attentes, écouter les techniciens exprimer leurs contraintes, partager le savoir des intervenants, collaborateurs à tout niveau, saisir le regard du curieux et prendre l'avis du sage et après tout ça, prendre la décision utile.

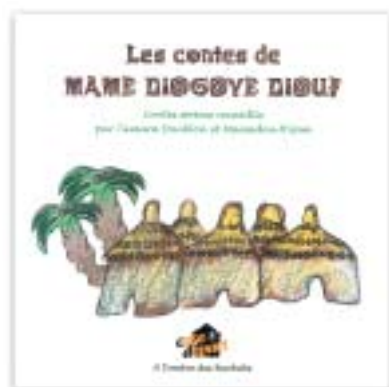
NOUS AVONS TOUS APPRIS UN PEU DE TOUT CELA

Les projets de cette séquence Ateliers ont tous évolué différemment, avec plus ou moins de bonheur. Un bon nombre de questions demeure en suspens quant à l'organisation même de ces ateliers.

Dans quels rapports faut-il établir la relation du Centre avec le client? Sur quelles bases établir les prix? Comment intégrer aux ateliers les aspects de création proprement dits? Jusqu'à quel point les managers doivent-ils diriger les opérations? etc., etc.

Le mérite de l'épisode aura été de révéler à chacun - stagiaire, formateur, cadre, direction - ses propres limites quant à ses méthodes d'approche des questions de communication et de gestion qui nous occupent tant depuis quelques mois.

Il nous semble important en tout cas de réitérer l'expérience, tant elle nous confronte aux réalités de ce métier.



Les contes de
MAME DIOGOYE DIOUF
sont disponibles
auprès du CAL Charleroi,
31 rue de France
à Charleroi.
Tél.: 071 53 91 71.

Philippe Eeman - Christophe Fillette

Auto-formation ou le plaisir de se former à son rythme

Face à l'évolution rapide du secteur graphique, la formation des travailleurs est devenue une nécessité. L'auto-formation est une des solutions pour allier formation continue et production.

Vous le savez déjà, Technofutur Cepegra s'investit dans le développement de projets d'auto-formation et de formation en ligne... Nous avons ouvert l'auto-formation avec un produit maison tout chaud, bientôt disponible à l'achat: «Traitement de l'image» (de l'acquisition de l'image au photomontage). Nous complétons maintenant notre offre avec ces quelques nouveautés...

DIRECTOR 6 (Bases)

Langue: français

Contenu: introduction, interface, scène, fenêtres, principales, principes, nouvelle animation, importer ou dessiner, calques...

FILEMAKER PRO 5

Langue: français

Contenu: introduction, définition des rubriques, type de rubrique, script: première approche, introduction aux scripts et fonctions de FMP, utiliser File Maker Pro, introduction, fichiers, modèles...

QUARKXPRESS 4 - Volume I

Langue: français

Contenu: introduction à Quark 4, zoom et déplacement, lettrines, fonctionnement de la défonce, recouvrement, prise en main...

QUARKXPRESS 4 - Volume II

Langue: français

Contenu: la gestion de longs documents, les colonnes, blocs de texte automatique, gestion du flux de texte, colonnes et chaînages, saut de colonnes et de blocs, césures automatiques, césures manuelles, justification...

IMAGEREADY & COMPL. PHOTOSHOP 5.5

Langue: français

Contenu: présentation des nouveautés et d'Image Ready, passer d'une application à l'autre, passer vers d'autres applications, interface: éléments communs et différences, gestion des couleurs et palette Web...

Pour tout renseignement et réservation, contactez Jean-Luc Urbain au 071 250 366, 0476 30 80 43 ou par e-mail: jl.urbain@cepegra.be. Ouvert le mardi et le jeudi de 13h à 21h, le mercredi et le vendredi de 8h à 16h30 et le samedi de 9h à 12h.



Arobase? @

queue de singe

at petit escargot

Depuis que les adresses de courrier électronique se sont répandues, par le réseau Internet notamment, on s'intéresse beaucoup à un signe graphique qui sert de séparateur à l'intérieur de ces adresses. C'est un symbole formé de la lettre a aux trois quarts encerclée : @.

Ce symbole qui paraît nouveau à certains est pourtant en usage depuis très longtemps dans la langue commerciale anglo-américaine pour indiquer, sur un bon de commande ou une facture, par exemple, le prix unitaire d'un article; il se lit [at], puisque cette préposition anglaise sert, entre autres, à indiquer la valeur relative de quelque chose. Ainsi, «deux lampes à 15 dollars pièce» s'écrit dans un document commercial en anglais: 2 lamps @ \$15, ce qui se lit à haute voix «two lamps at fifteen dollars». Mais la préposition at, équivalant ici encore au français, peut aussi indiquer la situation de quelque chose ou de quelqu'un, un endroit, un point dans l'espace (comme dans Jane is at the office, ou dans He works at home): c'est sans doute la raison pour laquelle Tomlinson, en 1972, inventeur du courrier électronique s'en est servi pour établir les adresses électroniques, entre, d'une part, le nom de l'internaute, et, d'autre part, le nom de l'ordinateur hôte et le type d'organisation ou le pays d'origine qui le situent dans l'espace cybernétique. Le symbole @ indique donc que tel internaute est à tel endroit.

Ce at sign, ou at symbol, ou encore commercial at, est appelé en français a commercial, sur le modèle de cet autre symbole ou signe graphique, la perluète ou esperluète (&), qu'on nomme également et commercial. A commercial est bien le nom retenu par l'ISO, l'Organisation internationale de normalisation, mais certains reprochent à cette appellation d'être trop longue et de ne pas convenir au contexte non commercial d'Internet, même si on peut tout simplement y voir un rappel de son usage premier.

C'est ainsi que le mot arrobas (avec un ou deux r et avec un s final sonore ou non) s'est répandu dans l'épellation des adresses électroniques. Mais ce mot est bien mystérieux :

d'où vient-il? de quels éléments est-il formé? On se perd en conjectures...

À défaut de certitudes, voici plusieurs propositions d'explications étymologiques qui ont cours en ce moment.

Arrobas viendrait d'un rapprochement ou d'une confusion avec le symbole d'une unité de poids espagnole, arroba, dont le nom français est arrobe, et dont l'origine est l'arabe [ar-roub], signifiant le quart. Cette mesure équivaut à 25 livres espagnoles, soit 11,502 kg et fut utilisée en Espagne, au Portugal et en Amérique latine jusqu'en 1859, date à laquelle l'Espagne a adopté le système métrique français.

La seconde explication, viendrait du linguiste Berthold Louis Ullman dans *Les Écritures anciennes et leurs influences*, qui indique que le signe @ serait une ligature, la jonction de deux lettres, abréviation de la préposition latine «ad» (qui signifie également «à, chez, vers») et qui daterait du VI^e siècle. Ce signe serait réapparu au XII^e siècle, en plein gothique, à une période où les anciennes conventions connurent un vif regain d'intérêt, entraînant la réutilisation massive dans les écrits des ligatures et autres abréviations. Durant les siècles suivants, il aurait été utilisé çà et là dans les échanges commerciaux et les écritures religieuses.

La dernière interprétation, viendrait de nos ancêtres typographes, qui ont nommé ce signe par ses éléments descriptifs «a-rond bas (de casse)». Bas de casse signifiant «minuscule», une version majuscule ayant existé?!

Quoi qu'il en soit, ce petit signe séparateur est aussi doté d'autres désignations évocatrices ou fantaisistes: escargot, arabesque, a

roulé, a arrondi, a-rondi, même... Sa dénomination varie selon les pays: bâton de cannelé en Suède, «apestaart» (queue de singe) aux Pays-Bas, «shtrudel» en Israël, «snabel a» (le a avec une trompe d'éléphant) au Danemark, «kukac» (ver de terre) en Hongrie, «miukumauku» (signe du miaou) inspiré, probablement par un chat qui dort en Finlande. Il faut reconnaître en tout cas qu'il stimule l'imagination et que, si le mystère autour de son synonyme arrobas persiste. ■

D'après les écrits de Noëlle Guilloton, *Terminologie d'Internet*, David Rault, *Libération*, Guissani.

QUIZ pour les passionnés...

Il a inventé le courrier électronique lorsqu'il travaillait pour Arpanet, mais on se souviendra de lui pour quelque chose de petit, c'est lui qui a décidé d'utiliser @. Son nom est

- Jay Tomlinson
- Ray Tomlinson
- John Tomlinson

L'épellation correcte du signe @ est :

- arrobas
- arroba
- arrobase

L'origine du signe @ provient :

- des années cinquante
- du Moyen âge
- son origine est incertaine

L'invention du courrier électronique a fait de Tomlinson un homme fortune.

- Vrai
- Faux

La première adresse e-mail a été :

- tomlinson@arpanet
- tomlinson@bnn-tenexa
- sendmessage@tomlinson



ImageReady

le cadeau Bonux d'Adobe Photoshop

Installé sur la plupart de nos disques durs, ImageReady reste malgré tout méconnu. Le compagnon de Photoshop offre pourtant de belles possibilités de création pour Internet et se maîtrise aisément, surtout pour les habitués des logiciels Adobe...

En offrant ImageReady aux acheteurs de Photoshop, Adobe nous a fait un cadeau encore sous-estimé à l'heure actuelle. Facile d'accès, bien conçu et relativement complet, ce programme permet en effet de réaliser de nombreuses choses : Image-maps (cartes-images), animations en GIF, boutons réactifs et découpages en tableaux HTML.

Dans cet article, nous vous proposons de découvrir ces fonctions au travers de la création d'un petit site Web. La création d'un site complet n'est bien sûr pas le rôle premier de ce logiciel qui se cantonne habituellement à en préparer les illustrations. On peut toutefois parvenir à un résultat intéressant, pour peu que la quantité de texte à introduire soit limitée. L'absence de gestion de site et de mise à jour disqualifie cependant ImageReady pour toute réalisation un peu plus ambitieuse.

Pour bâtir notre site, nous devons tout d'abord réaliser une maquette de la page d'accueil dans Photoshop. Une bonne occasion de jeter un coup d'œil aux nouveautés de Photoshop 6. Nous créerons également une image de fond qui pourra servir pour plusieurs pages HTML. Ensuite, nous passerons à la construction des pages proprement dites.

Créer une image de fond

Dans notre dernier numéro, nous avons découvert la fonction d'exportation Web de Photoshop. Elle va à présent nous servir pour

créer une image de fond dont la taille en octets sera très réduite par rapport à ses dimensions spatiales. Cette illustration sera utilisée par le navigateur Web comme motif d'arrière-plan. Cette méthode nous permettra de placer d'autres éléments (texte, photographies...) sur cet arrière-plan, sans avoir à recourir à d'autres techniques plus complexes (DHTML...), hors d'atteinte pour un logiciel comme ImageReady.

En tant que motif, notre illustration sera affichée autant de fois que nécessaire pour remplir la fenêtre du navigateur. Pratique lorsqu'on veut baser le fond de sa page Web sur un motif horizontal ou vertical. Ici, la



Une grande image de fond, quelques imagettes qui jouent le rôle de bouton de navigation, des textes qui s'affichent lorsqu'un de ces boutons est survolé... Cette vue de la page d'accueil affichée dans une fenêtre de Netscape Navigator donne une idée de ce qui peut être créé dans Image Ready. Bien entendu, les fans de Macromédia pourraient réaliser la même chose avec FireWorks.

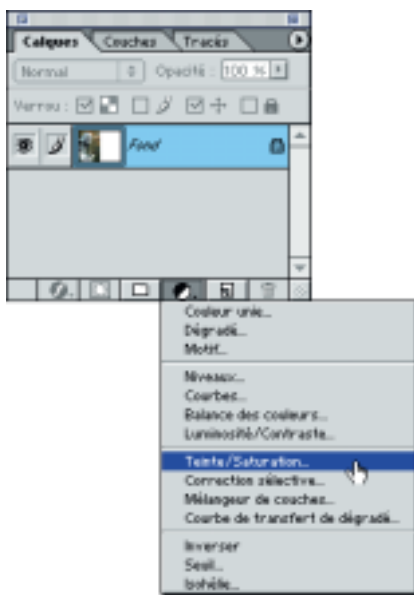


Avant toute modification de couleur, l'image qui nous servira de fond doit être redimensionnée.

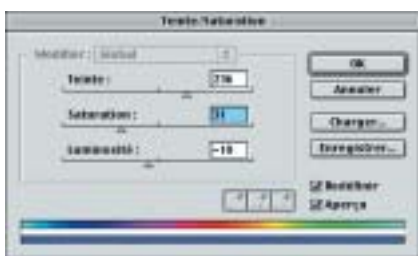


méthode utilisée sera la même mais notre image doit couvrir une surface importante et éviter les répétitions inesthétiques. Il nous faudra donc disposer d'une illustration de dimensions confortables. J'ai choisi (assez arbitrairement) 1024 pixels de large sur 768 de haut.

Un tel arrière plan demande une certaine sobriété pour ne pas nuire à la lisibilité de la page. Notre première étape consistera donc



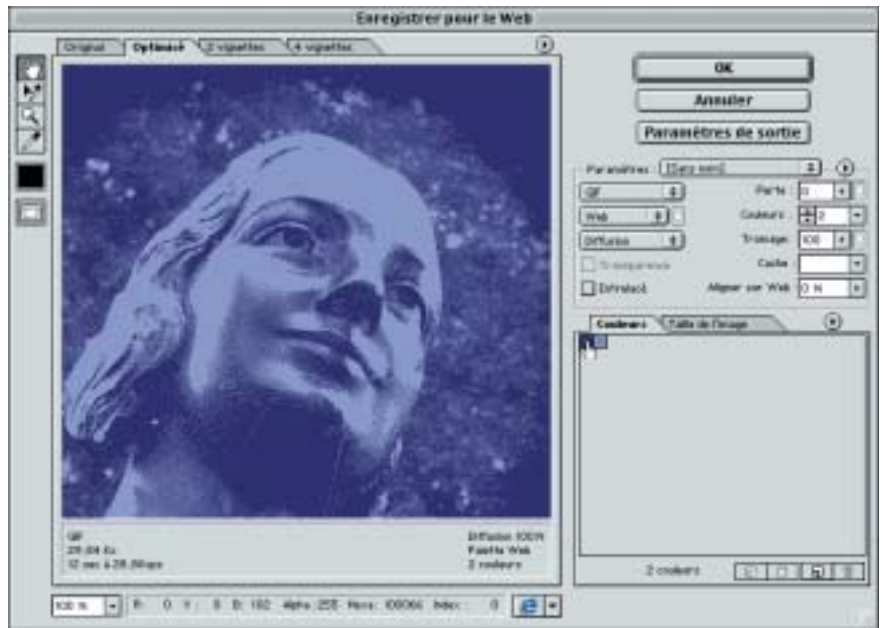
La palette des calques est à présent dotée d'une série de boutons. La création de calque de réglage s'en trouve facilitée.



Seule l'utilisation de la case «Redéfinir» permet de donner une teinte générale à l'image.



L'image d'origine, son calque de réglage et le calque qui a servi à colorier les blancs. Notre image est prête à être exportée pour le Web...



Nous avons choisi le format GIF et une palette limitée à 2 couleurs. Il nous reste à modifier les teintes sélectionnées automatiquement par Photoshop.

à agrandir l'image puis à en remplir les zones vierges à l'aide d'une couleur unie. Un passage par la commande Taille de la zone de travail nous permet de modifier les dimensions du fichier pour porter la largeur à 1024 pixels (la hauteur est déjà correcte).

Avant de «colorier» la zone nouvellement créée, nous allons altérer la couleur de l'image d'origine à l'aide de la fonction Teinte/saturation. Comme dans Les versions plus anciennes de Photoshop, cet effet peut être obtenu de deux façons différentes: en agissant de manière directe sur l'image grâce à la commande Teinte/Saturation du menu Image>Réglages ou, au contraire, en passant par un calque de réglage. Avec Photoshop, ceux-ci deviennent accessibles au bas de la palette des calques qui s'orne à présent d'une longue série de boutons.

Quelle que soit la méthode choisie, la suite du travail sera similaire. Commencez par cocher la case Redéfinir pour donner une teinte générale à l'image. Choisissez un bleu profond en déplaçant le curseur de Teinte puis ajustez les deux autres curseurs en vous basant sur la capture d'écran.

Une fois la couleur souhaitée obtenue, prélevez-en un échantillon sombre afin de pouvoir l'appliquer au reste de la zone de travail. Pour ce remplissage, utilisez une sélection dotée d'un contour progressif important (de l'ordre de 20 à 25 pixels) puis choisissez Édition>Remplir. Corrigez le résultat à la

gomme ou à l'aide du pinceau (sélectionnez une forme floue de grande taille).

Lorsque vous êtes parvenu à un résultat proche de celui de la capture d'écran, exportez l'image au format GIF. La commande Enregistrer pour le Web du menu fichier nous offre toutes les possibilités de paramètres nécessaires pour obtenir un résultat satisfaisant. Choisissez bien entendu le GIF comme format puis Sélectionnez les paramètres suivants: palette Web, 2 couleurs et tramage par diffusion à 100 %.

Chaque couleur présente dans la palette créée par Photoshop peut être modifiée manuellement. Cliquez deux fois sur un des échantillons pour l'éditer. Dans le sélecteur qui apparaît alors, ajustez les valeurs RVB des deux nuances (pour la teinte sombre, nous avons retenu 0,0,51; pour le bleu clair, 204, 204, 255).



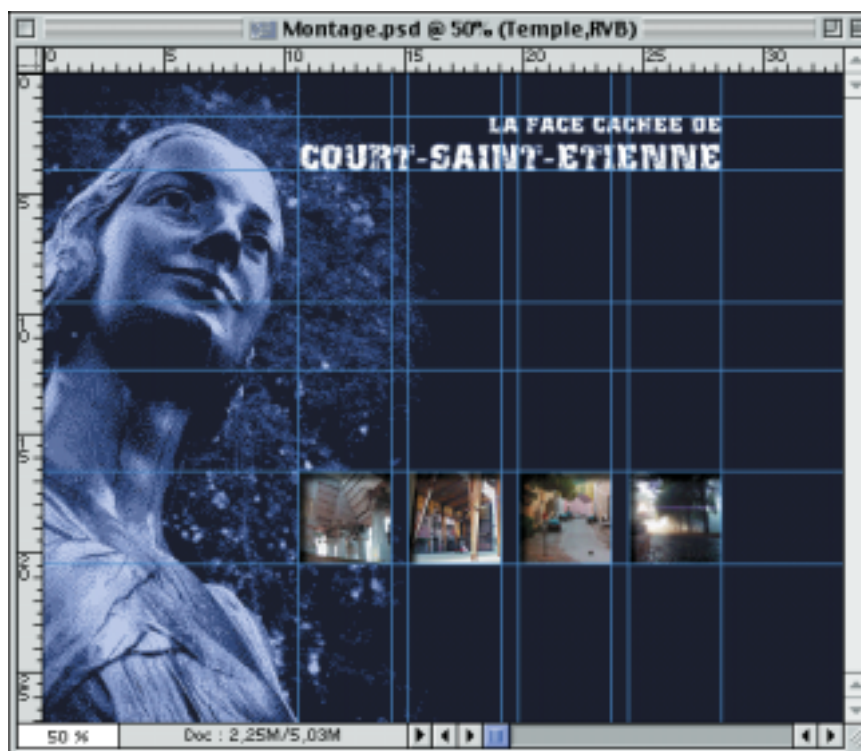
Ces couleurs font partie de la gamme «web-safe» qui regroupe 216 nuances censées s'afficher correctement sur n'importe quel écran et n'importe quelle plate-forme.



L'intérêt de ce choix est aujourd'hui discutable et il n'a été fait que pour des raisons de facilité (palette Web facilement accessible...). Pour restreindre le choix de couleurs à cette gamme étroite, cochez la case Couleurs Web uniquement.

Pour créer notre image de fond, nous aurions pu aussi avoir recours au JPEG mais le niveau de compression nécessaire pour maintenir la taille du fichier dans des limites raisonnables risquerait de laisser des traces (artefacts visibles typiques du JPEG). Le choix du GIF nous garantit un faible encombrement (une vingtaine de Ko) et un effet «particulier».

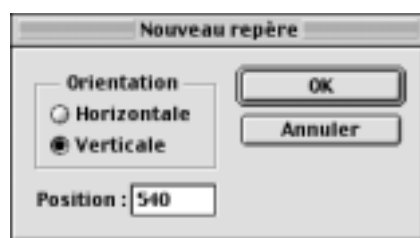
Une fois tous les réglages effectués, validez pour exporter l'image. Nommez-la Astrid.GIF. Dans ImageReady, nous la sélectionnons comme motif d'arrière plan. Mais avant d'en arriver là, il nous faut tout d'abord l'ouvrir afin de l'utiliser comme base temporaire pour la construction de la maquette de la page d'accueil.



Notre montage provisoire avec l'image de fond et les 4 imassettes.
Il reste à préparer les différents états des boutons avant de passer dans ImageReady.

Créer la maquette dans Photoshop

Ouvrez l'image que vous venez d'exporter puis convertissez-la en mode RVB. Avant d'inclure dans notre montage les autres photographies, nous allons placer quelques guides : Dans Photoshop 6, leur création se trouve simplifiée par une nouvelle fonction qui assure la précision de leur positionnement. Passez par le menu Affichage et choisissez l'article Créer un nouveau repère. Dans la boîte de dialogue qui s'ouvre alors, cochez Vertical et entrez 300 pixels comme valeur d'abscisse. Les autres guides verticaux seront placés à 410, 430, 540, 560, 670, 690 et 800.



Nouveau repère nous garantit une grande précision lors de la création de guide. Un plus lorsqu'on travaille pour le Web.

Si ImageReady se révèle d'une utilisation assez aisée, il réclame cependant une grande précision et une certaine rigueur. Le positionnement des éléments doit être irréprochable. De même, il est préférable de travailler de manière organisée, de nommer les calques et

de les positionner de façon logique. La facilité des tâches ultérieures (découpage, animation, roll-over...) est à ce prix...

Les repères horizontaux seront disposés à 50, 115, 270, 350, 470 et 580. Ces coordonnées nous permettront de définir différentes zones qui seront par la suite «découpées en tranches» dans ImageReady pour devenir les cellules d'un tableau HTML qui sera la base de notre mise en page. Le quadrillage défini ainsi quatre cases carrées de 110 pixels de côté : ces cases recevront quatre petites photographies. Les autres zones correspondent à des textes et devront être adaptées en fonction de la longueur de ceux-ci (corps, polices utilisées...).

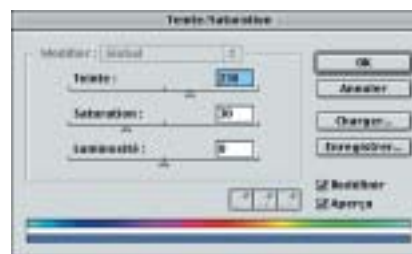
Il reste à présent à incorporer les imassettes et le texte. Si vous avez téléchargé les fichiers de l'exercice, ouvrez chaque image puis déposez les une à une dans le montage. Positionnez-les en fonction de la capture d'écran reproduite ci-contre. Procédez de la même manière pour les calques de texte (textes.psd). Attention, les textes de présentation doivent être superposés et placés au bon endroit (sans déborder de la zone délimitée par les guides). En cas de besoin, appliquez une ou plusieurs de vos polices au texte sélectionné.

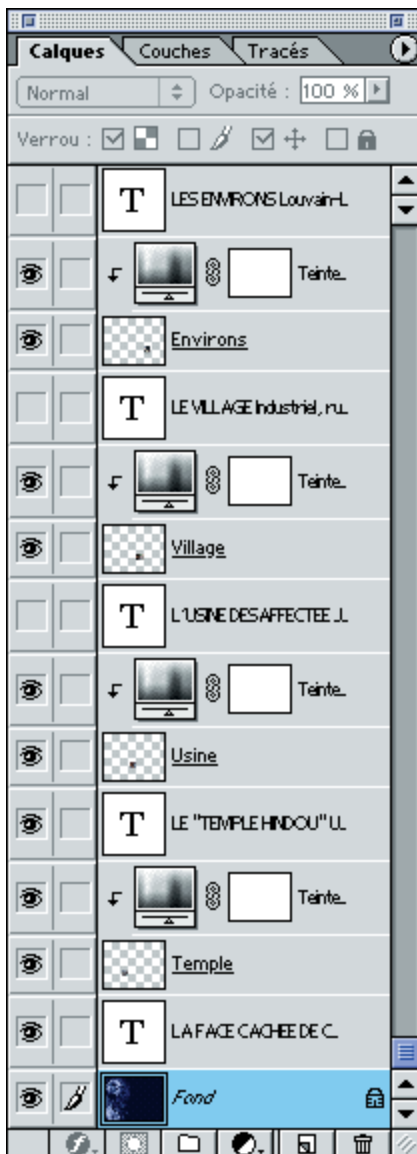
Tapez ensuite le titre «La Face Cachée de Court-Saint Étienne». Le texte se place automatiquement sur un calque de texte nouvelle formule, identifiable par sa vignette marquée d'un grand «T».

Préparer les «Roll-over»

Chacune des imassettes que vous venez de placer au bas du montage deviendra, une fois traitée dans ImageReady, un bouton réactif dédié à la navigation vers les autres pages du site. Nous allons à présent préparer les éléments destinés aux différents états de ces boutons «roll-over».

Pour obtenir un changement de couleur, nous utiliserons une série de calques de réglages associés aux imassettes. Dans Photoshop 6, les calques de réglages peuvent être créés directement à partir des boutons de la palette des calques. Activez le





Préparer les effets qui serviront dans ImageReady demande un nombre important de calques... et exige une certaine rigueur pour s'y retrouver ensuite.

calque contenant la première imagerie et cliquez sur le bouton «Créer un calque de réglage» (l'icône représente un cercle noir et blanc). Choisissez Teinte/Saturation dans le menu déroulant qui apparaît alors. Cochez la case redéfinir puis adaptez les valeurs des curseurs de teinte (230) saturation (30).

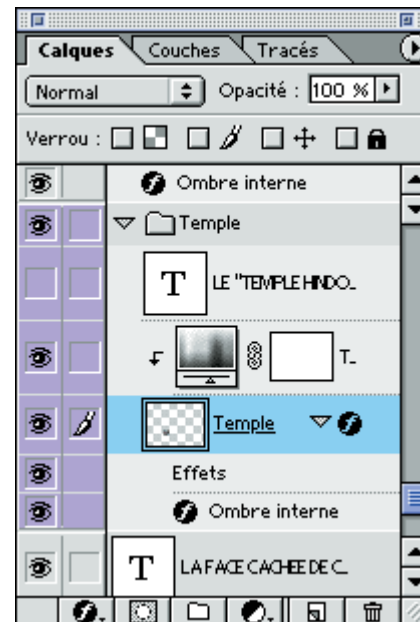
À cet instant, le calque de réglage agit sur tout ce qui se trouve en dessous de lui. Pour limiter son action à une seule imagerie, vous allez à présent associer ces deux calques. Vérifiez que le calque de réglage est bien activé puis choisissez Associer au calque précédent (menu Calques). Dans la palette des calques, le calque de réglage apparaît décalé par rapport aux autres éléments et une petite flèche indique qu'il est à présent associé au calque placé en dessous de lui.

Reproduisez l'opération pour chacune des imageries ou, plus simplement, dupliquez le calque de réglage à trois reprises (en le déplaçant sur le bouton Créer un nouveau calque ou en passant par le menu local de la palette des calques) et associez une copie à chacune des imageries restantes.

Il ne reste qu'à ajouter à nos imageries un effet d'ombrage interne. Ici aussi, Photoshop 6 nous permet d'accéder directement aux effets (rebaptisés styles de calque) à partir de la palette des calques. Après avoir activé le calque d'une des imageries, cliquez sur le bouton en forme de «F» italique et sélectionnez Ombre interne. Réglez les différents paramètres pour obtenir un résultat correct (attention, l'ancien Atténuation s'appelle à présent Longueur!).

Pour copier cet effet sur toutes les imageries, la manœuvre s'avère plus aisée qu'auparavant dans la nouvelle version de Photoshop. Déplacez simplement l'effet Ombre interne vers le calque que vous souhaitez ombrer. L'effet s'en trouve automatiquement copié! L'ancienne méthode reste toutefois accessible: il vous est toujours possible, en passant par le menu Calque, de copier puis de coller les styles.

Au terme de ces opérations, vous devez disposer d'un montage correspondant à celui représenté sur la capture d'écran. Le nombre et la position des calques doivent également correspondre à ceux reproduit ici.



Vous vous sentez perdu parmi ces calques trop nombreux? Photoshop 6 permet de les regrouper à l'intérieur de dossiers appelés «Groupes». Utilisez-les si vous en ressentez le besoin.

Chacune des imageries doit maintenant être surmontée dotée d'un ombrage et accompagnée de deux calques: un calque de réglage qui lui est associé et un calque de texte qui jouera le rôle de légende ou de commentaire.

Dans le prochain numéro de l'info, nous verrons comment découper en tranches («slices» en anglais) notre montage et comment obtenir des boutons réagissant au passage de la souris...

passport pour l'e-learning

Formation à distance, un concept qui ne date pas d'hier mais qui a reçu petit à petit une connotation un peu vieillotte. Aujourd'hui, la percée d'Internet aidant, les nouvelles technologies donnent un souffle nouveau à cette pratique déjà ancienne.

Souvent rebaptisée e-learning ou Open and Distance learning pour gagner en glamour, la formation à distance fait son entrée dans les universités, les écoles supérieures, les centres de formation.

Au Cepegra aussi, offrir aux travailleurs d'entreprise une possibilité de suivre l'évo-

lution du métier sans avoir à se déplacer systématiquement devient une priorité. Avant de pouvoir vous offrir une offre large de formation, cet exercice se veut un timide début de mise en synergie de l'Info et du site Web et du Cepegra.

Si vous désirez télécharger les fichiers de base de ces montages, rendez-vous sur le Web à l'adresse suivante: www.cepegra.be/alexandra/pages/actu/framactu.html.



mesures & typographie

faisons le point!

Après avoir approché les mesures anciennes dans un premier article, nous parvenons maintenant au cœur de notre sujet : l'apparition du point typographique comme étalon dans l'imprimerie et les modifications et autres tentatives d'adaptation dont il a fait l'objet dès les premières décennies de son existence.

Au commencement était le chaos...

En 1723, un arrêt du Conseil pour la librairie et l'imprimerie de Paris, étendu à tout le royaume en 1744, mit un peu d'ordre en prescrivant une « hauteur en papier » uniforme des lettres en plomb (notion disparue en PAO) ; cette disposition voulait aussi qu'existent des rapports entre certaines grandeurs de caractères qui s'étaient accumulés jusque-là sans vraiment de relation entre elles ; à cette époque aussi les corps n'étaient pas désignés par une dimension, mais par des appellations propres et, à titre d'exemple, le *Petit-canon* devait dorénavant correspondre à deux fois le *Saint-augustin* ; l'ordonnance royale omettait cependant de fixer la référence avec les mesures légales en vigueur et ainsi chaque fondeur a continué à utiliser un étalon propre ou coulait sur des épaisseurs spécifiées par ses clients.

Il existait ainsi dix-neuf corps de caractères, allant en ordre décroissant du *Gros-double-canon* à la *Parisienne*, mais dont la mesure variait donc d'un atelier de fonderie à l'autre. Ces différents caractères, dont la nomenclature avait été publiée dans son traité de *La Science pratique de l'imprimerie* (1723) par Martin-Dominique Fertel, imprimeur et érudit de Saint-Omer, tiraient souvent leur désignation d'ouvrages imprimés autrefois dans lesquels ces grandeurs étaient apparues pour la première fois.

Ainsi la grandeur de caractère nommée *Cicero* faisait référence au corps utilisé pour l'impression princeps des œuvres de Cicéron (*Cicero* en latin) par U. Gallus en 1458 (Plantin dixit, 1550). Bien qu'il y ait un lien évident, il ne faut pas confondre ce corps appelé *Cicero* avec le cicéro, unité qui vaudra 12 points des systèmes Fournier et Didot.

Fournier le Jeune (1712-1768) et l'invention du point typographique

Simon-Pierre Fournier (ainsi qu'il signait) ou Pierre-Simon comme on le nomme généralement, dit le Jeune, était le fils du directeur d'une fonderie, existant depuis le XVI^e siècle, qui possédait la plus grande partie des poinçons et matrices du célèbre graveur-fondeur Garamond et sera plus tard reprise par son frère, Fournier l'Aîné. Il établit son propre atelier en 1736, le créant de toutes pièces, gravant ses poinçons, justifiant ses matrices, fabriquant ses moules, véritable tour de force de travail et de virtuosité et seul cas de fonderie complètement montée par un même artiste ; il avait appris le dessin, pratiqué la gravure sur bois renaissance et la gravure sur acier. Devenu le plus important des huit fondeurs de Paris, il vendit des caractères à l'Europe entière.

Devant le chaos évoqué plus tôt de grandeurs de caractères instables, il procéda à la division de tous les caractères par degrés égaux appelés points ; ne correspondant toutefois pas à la mesure légale de même nom, il avait pourtant ainsi inventé le **point typographique**. Il était parvenu à ce résultat par la création d'un *prototype* ou *typomètre* à partir de la *Nompareille* qu'il fixa à six de ses points. Il introduisit par là aussi le système duodécimal (base 12) dans l'imprimerie, fort utile aux générations de typographes qui suivront, puisqu'il permettait la division (hormis par 1 et 12) à la fois par 2, 3, 4 et 6. Les caractères purent ainsi être plus facilement combinés. Sans doute ne voulut-il pas heurter les coutumes professionnelles du temps, car il ne modifia pas l'habitude prise de désigner par un nom les grandeurs de caractères (peut-être n'en avait-il pas senti l'avantage lui-même), tout

en leur conférant une unité de mesure commune. On a fait observer qu'il avait copié des travaux de standardisation (théoriques) antérieurs, ceux du père Truchet, « carme et mécanicien » dont Fournier se moqua d'ailleurs dans ses écrits pour son manque de réalisme ; voir à ce sujet, sur le web : <http://www.irisa.fr/faqtypo/truchet/truchet1F.html>.

Il avait donc imaginé de donner une base stable à l'échelle des dimensions typographiques ; toutefois Fournier, sans être absolument arbitraire dans son choix puisqu'il avait tenté de concilier les grandeurs déjà existantes, n'avait pas pris en référence les mesures légales ; en effet les forces de corps exprimées par Fournier avaient un inconvénient à la hauteur de leur avantage puisqu'elles n'étaient pas réductibles aisément en mesures d'époque et la longueur de son typomètre ne pouvait donc s'établir à l'aide de mesures connues. Malgré cette erreur, l'action de Fournier était féconde : l'idée d'un étalon était lancée là où l'anarchie régnait avant. Le point Fournier ne fut pourtant qu'une étape transitoire dans l'évolution du système de mesure en imprimerie.

La valeur métrique du **point Fournier** n'a pas encore été donnée ; il publia une première échelle où son point équivalait, dans notre système métrique actuel, à 0,343 mm par défaut ; puis il en donna plus tard une valeur rectifiée égale à **0,346/7 mm** (à un micron près donc), son cicéro valant 12 de ses points (**4,164 mm**).

Le point Fournier sera vite détrôné en France par le point Didot, mais survécut longtemps en Belgique jusque dans le XX^e siècle. Lors de l'instauration du système métrique il y eut des tentatives d'adaptation du point Fournier pour établir sa concordance avec le



nouveau système dont il était très proche (1 point Fournier faisait environ un tiers de millimètre), mais elles échouèrent.

Hormis cette invention décisive et que retint la postérité, Fournier avait élaboré : — un nouveau type de caractères de labeur (texte) qui porta son nom ; — des lettres de fantaisie n'existant jusqu'alors que dans les frontispices gravés imprimés en taille-douce (lettres blanches [nos futures outlines, mais aux contours non uniformes], grises [azurées] et ornées) ; — un décor à pièces mobiles (cadres de fantaisie) ; — des caractères de musique aux formes arrondies ; il publia à ce sujet son *Essai d'un nouveau caractère de fonte pour l'impression de la musique* (1756), puis son *Traité historique et critique sur l'origine et les progrès des caractères de fonte pour l'impression de la musique* (1765). Il cédera les matrices de ses caractères de fantaisie et de ses vignettes à combinaisons aux fonderies de France et d'ailleurs qui en solliciteront la reproduction.

Il a aussi été un auteur fécond ; outre les ouvrages déjà signalés et sa participation à l'*Encyclopédie* de Diderot et d'Alembert (1751-1772, vol. 2, *Caractères*), il publia, entre autres, la *Table des proportions qu'il faut observer entre les caractères d'imprimerie* (1737), où il annonça son choix d'un système basé sur points typographiques, et la *Table des proportions des différens caractères de l'imprimerie* (1742). Parmi les vingt-deux corps basés sur ce système, on trouvait : le *Diamant* (3 points, sans doute plus un défi du graveur-fondeur d'alors qu'une réelle nécessité, à la manière de peindre cette fleur appelée le *Désespoir du peintre*), la *Nompareille* (6), le *Petit-texte* (8), le *Petit-romain* (10), le *Cicéro* (12), le *Saint-augustin* (14), le *Gros-romain* (18), le *Palestine* (24), le *Trismégiste* (36), le *Double-canon* (56) et, enfin, la *Grosse-nompareille* (96) : à remarquer, nous l'avons déjà dit, qu'il avait gardé un nom à chaque force de corps.

En 1758 parut sa *Dissertation sur l'origine et les progrès de l'art de graver en bois*, dans laquelle il conteste à Gutenberg la paternité de l'imprimerie, et, en 1764 et 1768 (daté 1766, retard dû à une longue maladie) sortirent les deux volumes du *Manuel typographique utile aux gens de lettres, et à ceux qui exercent les différentes parties de l'Art en Imprimerie* (Paris, chez l'auteur et J. Barbou). Fournier y signala lui-même qu'il s'était largement inspiré des écrits de Fertel, cité avant. Ces deux volumes auraient dû être suivis de deux autres, l'un traitant de l'art de l'imprimerie, l'autre de l'histoire des typographes célèbres, mais la mort de Fournier nous en a privés. On lui doit aussi cinq traités repris sous le titre générique de *Traité*

historiques et critiques sur l'origine et les progrès de l'imprimerie (Paris, Barbou, 1758).

Le matériel de fonderie dont se rendit acquéreur le célèbre Américain Benjamin Franklin en 1785, comprenait beaucoup de matrices fournies par Simon-Pierre, le fils de Fournier ; elles devaient finalement devenir la propriété de l'*American Type Founders Company* avec des copies corrigées du fameux *Manuel typographique*.

François-Ambroise Didot (1720-1804) et le point qui porte son nom

Le XIX^e siècle restera en typographie celui des Didot, originaires de Lorraine et véritable dynastie de graveurs, de fondeurs, de pape-tiers, d'imprimeurs et de libraires qui firent tant progresser l'imprimerie. Mais c'est au siècle précédent que se situe le perfectionnement majeur de l'étalon typographique ; le nouveau point supplanta rapidement le point Fournier, son prédécesseur, et prit le nom de son initiateur : le **point Didot**, son multiple de 12 prit aussi le nom de cicéro.

La date d'invention du nouveau point par François-Ambroise Didot, à moins que ce ne soit le perfectionnement du point Fournier, daterait, selon certains auteurs, de 1755-1756 (il avait été reçu libraire en 1753 et imprimeur en 1757). Parmi ceux qui l'affirment figurent Desormes et Basile dans leur *Dictionnaire des arts graphiques* (Paris, 1905) et Jean Dumont, typographe et auteur belge de nombreux ouvrages consacrés à la typographie dont le *Vade-mecum*, la « bible des typographes belges d'antan » qui connut quatre éditions (1891, 1894, 1906, 1915 avec parution différée à 1918).

D'autres praticiens plus prudents sans doute devant le flou entourant cette innovation ont expliqué le passage du point Fournier à celui de Didot sans s'embarrasser de chronologie gênante. Certains enfin placent la réformation, adaptation ou invention du point en 1770, 1775 (dont l'Imprimerie nationale française) et 1783. L'hypothèse a aussi été émise que Didot et Fournier avaient ignoré leurs travaux respectifs ; si ce fut le cas, ce ne put l'être qu'« un certain temps ! », à moins que la disparition de Fournier en 1768 n'ait précédé la réforme de Didot.

Ce point Didot présentait l'avantage appréciable, contrairement à son précurseur, d'être basé sur une mesure légale de l'époque avec laquelle nous avons déjà pris connaissance (se reporter à *Unités de mesure au royaume de France*) : le pied-de-roi divisé en 12 pouces, chaque pouce en 12 lignes et chaque ligne en 12 points, dernières subdivisions dont on retint le nom pour la mesure

typographique, mais, pour des raisons que nous ne cernons pas (minceur, habitude déjà prise du point précédent ou gradation habituelle des corps de caractères), Didot prit le double du point géométrique légal (0,188 mm par excès) pour fixer son étalon typographique qui équivaut ainsi à **0,376 mm** par excès, soit 2600 points Didot au mètre. Son action aussi fut double... D'abord, il assujettit le point typographique à une mesure légale connue de tous ; puis, il parvint à éliminer la façon de désigner la grandeur des caractères par des noms d'usage ancien et conservés par Fournier et ce au profit d'une valeur en points, mode moins nostalgique mais infiniment plus pratique dans les calculs quotidiens du métier.

Firmin (1764-1836), second fils de François-Ambroise, fut un des membres les plus marquants des Didot, considéré parfois comme vrai réformateur du point en 1783. L'introduction d'un nouveau système réclamant des années, il est donc quasiment impossible d'attribuer cette tâche accomplie à un jeune homme de dix-neuf ans.

On doit aussi à François-Ambroise Didot la fabrication du papier vélin, sans vergeures (on prononce *verjures*) ni pontuseaux du papier vergé à la forme, seul fabriqué jusqu'alors ; il fit graver et fondre chez lui ses premiers types de lettres : les *Didots* (classification de Thibaudeau) ou *Didones* (classification de Vox) à empattement filiforme et contraste important entre jambages ou obliques et entre pleins et déliés, dont son fils évoqué au paragraphe précédent assura la fixation définitive. François-Ambroise Didot est aussi le réalisateur des presses à un coup (auparavant pour l'impression d'une feuille entière on procédait à deux pressions du papier avec déplacement intermédiaire de la forme imprimante). Il eut le privilège de recevoir Benjamin Franklin, l'inventeur du paratonnerre et le rédacteur de la Constitution des États-Unis, qui lui confia son fils pour l'initier à la gravure des poinçons et à la fonte des caractères.

Fr.-A. Didot réalisa la réforme de son propre point à la suite de l'instauration du système métrique décimal et introduisit le point métrique à l'Imprimerie nationale (française), où il demeura confiné.

Le système Didot non métrique s'étendit à tout l'Ouest européen ; après avoir résisté au raz de marée du système métrique décimal, il régna en maître durant près de deux siècles, périssant comme la typographie avec l'apparition des photocomposeuses, supplantées elles-mêmes par la PAO.

(À suivre.)

La bibliographie paraîtra dans le dernier article.

Yves Robert



Un site où il fait bon vivre! www.kidcity.be



Ce site vraiment séduisant est destiné aux jeunes et je dirai même qu'il est un site idéal pour les jeunes néophytes d'Internet.

Ce qu'il a de séduisant ce site? eh bien, au premier abord peut-être tout simplement son interface très amusante et pleine de vie, mais il ne faut pas cliquer longtemps pour

un petit bonhomme vous emmène sur son karting vers «Kidcity», là où l'aventure commence...

Dès ce moment sur l'écran, vous avez le plan d'une petite ville dans laquelle vous trouvez la poste, le restaurant, le cinéma, la gare, le cybercafé, le Palace, le casino, etc., et n'oublions surtout pas l'hôtel de ville. Pourquoi l'hôtel de ville est-il si important? Pour devenir kidcien ou kidcienne, il est indispensable de passer par là. En effet vous pourrez vous inscrire au registre de la population et par la même occasion obtenir l'accès à une boîte mail personnelle et aux différentes activités organisées sur le site (forums, jeux, etc.).



se rendre compte que ce n'est pas qu'une apparence et que ce site est plein de bonnes intentions.

Quand vous accédez au site, on vous propose une version française ou néerlandaise, en HTML ou Flash (la première à l'avantage de la vitesse, mais la seconde est tellement plus riche en animations et sons...). Dès que le choix est fait

De plus les parents n'ont pas à craindre l'influence d'une quelconque propagande publicitaire ou autre, il n'y en a tout simplement pas.

Je crois que la meilleure façon de se rendre compte est d'aller y faire un tour, vous verrez c'est génial!

Jean-Christophe De Bock

**Vous souhaitez
vous inscrire en formation ?**

contactez Françoise Devos
071 250 333

contact emploi

FABIEN SORTE
23 ans

cherche un emploi comme

CONDUCTEUR OFFSET

Formation de conducteur offset au Cepegra.
Bonnes connaissances en P.A.O. (XPress, Illustrator, Photoshop, 3D Studio Max). Bases d'Excel et Word.
Langues : français - anglais.

EVELYNE DUMONT

cherche un emploi comme

OPERATEUR PAO

dans la région de Mons

Formation d'opérateur PAO au Cepegra.
Bon contact humain et commercial, créative et énergique.
Formation de base en secrétariat - comptabilité.

CATY MERLIN
32 ans

cherche un emploi comme

CONDUCTEUR OFFSET

Formation de conducteur offset au Cepegra.
Langues : français - néerlandais.
Bonne présentation. Esprit dynamique, honnête, volontaire et sérieuse. Apprécie le travail en équipe.

MELINA LORENA
25 ans

cherche un emploi comme

OPERATEUR PAO

dans la région de Charleroi - Nivelles

Formation d'opérateur PAO au Cepegra.
Connaissances en multimédia et Internet.
Langues : français - italien (néerlandais scolaire).

THIERRY PLASMAN

cherche un emploi comme

OPERATEUR PAO

Perfectionnement en PAO au Cepegra.
Bonne expérience en mise en page et conception visuelle.
Passionné de la composition graphique.

**POUR PLUS D'INFO CONCERNANT CES DEMANDES
CONTACTEZ ROBERT STOCK AU 071 250 387**

SALONS

TPG
Technologies for Printing
14 > 19/05

Le Salon International des Technologies pour l'Imprimé. Ce salon accueille 75% de visiteurs issus du monde de l'imprimerie et du secteur du papier.

Les grands thèmes de ce salon seront les nouvelles techniques de photo digitale, les formats numériques, les technologies réseaux et les problèmes de sécurité.

Au Parc des Expositions de Paris-Nord Villepinte (halls 4 et 5), France.

Fugrama 2001
17 > 20/10

Le plus grand salon professionnel belge pour l'industrie graphique en est à sa 12e édition. Celui-ci a pour objectif de donner à l'entrepreneur et à l'employé graphique une vision claire de l'évolution technique dans le secteur.

Au Palais des exposition du Heysel (palais 6 et 9) à Bruxelles.

Pour plus d'info, visitez le site Internet : <http://www.fugrama.be>

EXPOSITIONS

Surréalisme et photographie
au Musée de la Photographie
à Charleroi
10/03 > 03/06



Surréalisme et photographie, photographie surréaliste, jamais en notre siècle d'images, la nuance n'aura été si ambiguë : aucun mouvement plus que le surréalisme n'aura porté avec une telle constance, pareil intérêt à la photographie, une photographie dans tous ses états. Enfants de la photographie, amoureux du cinéma, les surréalistes furent ces grands consommateurs d'images qu'ils découpaient, qu'ils détournaient, en explorant toutes les possibilités à la recherche de nouveaux territoires irrévélés, explorateurs d'un monde qu'ils créaient dans la chambre noire.

L'exposition Surréalisme et photographie au Musée de la Photographie de la Communauté française à Charleroi interroge par une

approche thématique les différentes personnalités représentatives des groupes surréalistes, en étudiant également la trace de leur démarche dans l'œuvre de plus jeunes créateurs. La relation surréalisme et cinéma sera également abordée par un montage d'extraits de films reflétant les thèmes et les préoccupations chers au surréalisme.

Musée de la Photographie à Charleroi, avenue Paul Pastur 11 à 6032 Mont-sur-Marchienne. Tél. : 071 45 58 10. Ouvert tous les jours, de 10 à 18 heures, sauf les lundis.

BOURSES

23/06
Bourse d'échange

Le club d'utilisateurs Mac «La Pomme sans Pépins - Gr.U.M.F.» organisera sa deuxième bourse d'échange le samedi 23 juin. Une occasion unique pour acheter, vendre, voire échanger du matériel, des logiciels...

Pour de plus amples informations, consultez leur site web : www.grumf.be, rubrique Agenda.



Internet devient un outil de plus en plus important pour ceux qui veulent avancer sur le plan professionnel. Mais c'est aussi un véritable labyrinthe...

Comment trouver rapidement l'information dont vous avez besoin?

Grâce à **hotjob**, le portail de l'emploi et de la formation sur Internet, c'est trois fois plus facile:

- Vous trouvez des milliers d'offres d'emploi dans tous les domaines.
- Vous accédez à une mine d'informations préparées par des spécialistes du marché de l'emploi.
- Vous êtes guidé vers d'autres sites Web en Belgique ou à l'étranger, des entreprises qui recrutent, des agences d'intérim, des bureaux de recrutement, des services publics, des associations, ...

hotjob est une initiative du FOREM cofinancée par la Région wallonne et le Fonds social européen



À faxer ou renvoyer au centre
Technofutur Cepegra - Avenue Georges Lemaître 22 - 6041 Gosselies - Fax : 071/250 399

Je souhaite recevoir le catalogue 2001 reprenant toutes les formations dispensées au centre Technofutur Cepegra.

Nom : Mme/M. : _____ Prénom : _____

Fonction : _____ Entreprise : _____

Activité de l'entreprise : _____

Adresse : _____

Code postal : _____ Localité : _____

Téléphone : _____

E-mail : _____