

# Q. QUÉBEC i IMPRIMERIE

Le magazine des professionnels de la chaîne graphique

# 9



Numéro 31 mars - avril 2013 5,95 \$

Tiré à part magazine **Qi - Québec imprimerie** numéro 29 - avril 2012 tous droits réservés©  
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : [www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement](http://www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement).

---

# LA QUADRI- CHROMIE

---

# N'EST PAS UNE MALADIE

---

Et l'imprimerie est loin d'être à l'agonie. Découvre une industrie en pleine évolution.

[carrieresenimprimerie.com](http://carrieresenimprimerie.com)



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



COLLÈGE AHUNTSIC



INSTITUT  
DES COMMUNICATIONS  
GRAPHIQUES DU QUÉBEC



tc • TRANSCONTINENTAL

IMPRIMERIE  
Ste-Julie

pdi  
Papier et solutions

L'EMPREINTE  
IMPRESSION | SOLUTIONS NUMÉRIQUES

Précigrafik

PAZAZZ

Hebdos du Suroît  
VAUDREUIL-SOULANGES

PUB CITÉ

Spicers

ROGERS

hebdos  
QUÉBEC

Domtar

# GUTENBERG HOMMAGE 2013

LE GUTENBERG HOMMAGE EST PRÉSENTÉ À UNE PERSONNALITÉ DE NOTRE SECTEUR D'ACTIVITÉ RECONNUE POUR L'ENSEMBLE DE SON ŒUVRE, TANT POUR SES RÉALISATIONS PROFESSIONNELLES QUE PERSONNELLES, ET QUI A SU SE DISTINGUER DE FAÇON REMARQUABLE AU FIL DE SA CARRIÈRE, AIDANT AINSI AU RAYONNEMENT DE L'INDUSTRIE DE L'IMPRIMÉ.

**P**our ce premier Hommage, le choix s'est fait de lui-même, et ce, à l'unanimité. Décerné pour la première fois, en cette année de changements, le prix Hommage soulignera désormais la contribution et le parcours professionnels exceptionnels d'une ou d'un candidat de l'industrie des communications imprimées.

Le premier prix Hommage est attribué à un grand artisan : pour son implication au sein de l'industrie et du Gala Gutenberg, offrons nos sincères félicitations à monsieur Christian Barbe, président des Artisans des arts graphiques de Montréal depuis 2006.

D'abord directeur au sein des Artisans des arts graphiques de Montréal, puis vice-président et finalement président, Christian demeure actif au sein du comité organisateur du Gala. Il a assumé sporadiquement la présidence du Gala pour finalement en présider la permanence depuis 2000.

Ce temps investi à titre de bénévole s'ajoute à une carrière professionnelle déjà bien remplie. Graphiste de formation, il obtient d'ailleurs un premier certificat Gutenberg en 1982 ! Il poursuit son parcours chez Trans-Litho, puis il œuvre en tant que représentant, puis directeur de compte chez Transcontinental, et ce, pendant plusieurs années.

Dorénavant consultant dans l'industrie, Christian continue à vivre sa passion : la communication imprimée.

Avec force, flair et dynamisme, il veille à la destinée du Gala Gutenberg depuis plus de 20 ans.

Il est devenu une figure connue du milieu tant chez les fournisseurs commanditaires que chez les artisans des arts graphiques en vue de leur participation au Concours Gutenberg et de leur présence au Gala.

Tous sont à même de constater que les temps ont bien changé et que le défi est de plus en plus difficile à relever. L'an dernier, dans un appel aux candidatures au sein de l'industrie, Christian nous rappelait que tous souhaitaient que le Gala se perpétue, mais qu'il faut du monde et des idées neuves pour y arriver.

Son appel a été entendu. Sachant s'entourer d'un nouveau comité fort et dynamique, il peut dire qu'en ce soir de Gala, c'est mission accomplie !

Christian, bravo pour ton implication et pour ta persévérance !  
*Le comité Gutenberg 2013*



*Monsieur Christian Barbe, président des Artisans des arts graphiques de Montréal depuis 2006*

# SOMMAIRE

Qi – QUÉBEC IMPRIMERIE | AVRIL-MAI 2013

## 05 | ÉDITORIAL

## 07 | DOSSIER L'IMPRIMÉ EN MOUVEMENT

À L'ÈRE DU MULTICANAL, L'IMPRIMERIE INTÈGRE DES ÉLÉMENTS TECHNOLOGIQUES VISUELS ÉTONNANTS. L'IMPRIMÉ MODERNE EST TOUT SAUF STATIQUE.

## 13 | COLLÈGE AHUNTSIC

UN PEU D'AIDE POUR TROUVER LA PERLE RARE

## 14 | VOTRE Qi – ÉTAPES DE RÉALISATION

LES PRÉCIEUX COLLABORATEURS DU MAGAZINE Qi VOUS OFFRENT UNE COUVERTURE REMARQUABLE.

## 15 | AFFILIÉ : ATFFEQ

JOIGNEZ-VOUS À L'ATFFEQ !

## 17 | SPÉCIAL GALA DOSSIER COMPLET

LES GAGNANTS ET LES PARTICIPANTS  
DU GALA GUTENBERG 2013

## 40 | AFFILIÉ : AQII

RASSEMBLONS NOS AQII

## 41 | HOMMAGE À MICHEL CLICHE

## 42 | AFFILIÉ : ASP IMPRIMERIE

L'INGÉNOSITÉ AU SERVICE DE LA CRÉATION ET DE LA PRÉVENTION



Le magazine des professionnels  
de la chaîne graphique

### DIRECTION DE LA PUBLICATION ET RÉDACTION EN CHEF

Hélène Pageau  
info@qi-quebecimprimerie.com

### DIRECTION ARTISTIQUE ET PRODUCTION

Marie-Eve Huppé et Jacqueline Ly, ICGQ  
production@qi-quebecimprimerie.com

### COLLABORATION

Régent Bernier                      France Brodeur  
Luc Janson                              Denise Laganière  
Denis Leftakis                         Robert Legal  
Benoit Tougas

### CORRECTION D'ÉPREUVES

Amélie Cusson Révision

### IMPRESSION

Institut des communications graphiques du Québec

### DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL ET PUBLICITÉ

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

### ABONNEMENT EN LIGNE

www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement

Qi – Québec imprimerie est publié deux fois  
par année.

Éditeur : Institut des communications graphiques du  
Québec

999, avenue Émile-Journault Est  
Montréal (Québec) H2M 2E2 Canada  
Tél. : 514 389-5061

Toute reproduction, représentation, traduction ou adaptation  
intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, est  
interdite sans l'autorisation écrite des Éditions ICGQ.

© 2013 Éditions ICGQ – Tous droits réservés.

Dépot légal – 1<sup>er</sup> trimestre 2013

Bibliothèque nationale du Canada

ISBN : 1911-2106

Société canadienne des postes – Envoi de publication

Convention numéro 40019259

Adresse de retour :

Institut des communications graphiques du Québec  
999, avenue Émile-Journault Est, Montréal (Québec) H2M 2E2



INSTITUT  
DES COMMUNICATIONS  
GRAPHIQUES DU QUÉBEC

# UN PRINTEMPS QUI NOUS INSPIRE!

L'année a commencé en force avec la deuxième édition de la Grande Campagne de sensibilisation de l'industrie de l'imprimé. Plus de 20 millions de copies des différents messages ont circulé à travers le Québec! C'est trois fois plus que l'an dernier. Le but de cette campagne? Redorer le blason de notre industrie, faire réaliser à la population que l'imprimé est partout, omniprésent dans nos vies, et générer de l'intérêt auprès de la relève, dont le besoin est criant. Il est inspirant de voir que les grands joueurs de notre industrie, peu importe le niveau de concurrence, se sont donné la main afin d'appuyer la Campagne. Vous souhaitez télécharger les messages, ajouter une signature à vos envois courriel? Le microsite de la Campagne est disponible en tout temps, et vous y retrouverez une foule d'informations sur notre secteur d'activité : [www.carrieresenimprimerie.com](http://www.carrieresenimprimerie.com).

## De quoi être fiers de nos imprimés!

Comme chaque année depuis plus de six ans, le magazine Qi - Québec imprimerie est fier de vous présenter les lauréats et les participants du Concours Gutenberg 2013. D'autant plus que cette année, les règles ont changé! Nouveaux critères, nouvelles catégories, nouveau comité, bref, le concours s'est réinventé et s'est adapté à la nouvelle réalité de notre industrie. Sommes-nous fiers de nos imprimés au Québec? Oui, et avec raison. Nous le voyons au taux de participation au Concours et à la soirée du Gala. Six semaines avant la présentation des lauréats, le Gala faisait salle comble. Il est clair qu'un vent de fierté souffle sur notre industrie. Nous sommes innovants, créatifs et fiers de nos réalisations.

## Une couverture à l'image de notre réalité

Pour ce numéro spécial du 31<sup>e</sup> Gala Gutenberg, nous souhaitions offrir à nos lecteurs une couverture qui sort de l'ordinaire. En effet, il est peu habituel de réaliser une couverture de magazine en procédé flexographique! Merci à Spicers et à Iggesund pour le carton et à toute l'équipe d'Imprimerie Ste-Julie pour la belle réalisation de ce projet.

Bonne lecture!



Hélène Pageau  
[hpageau@icgq.qc.ca](mailto:hpageau@icgq.qc.ca)

# DÉCOUVREZ LES ÉTAPES DE RÉALISATION DE VOTRE Qi EN PAGE 14!



## LES PRÉCIEUX COLLABORATEURS DU MAGAZINE Qi VOUS OFFRENT UNE COUVERTURE REMARQUABLE.

RÉDUIT LE MISE  
EN TRAIN DE **27 %**

RÉDUIT LA GÂCHE  
DE DÉPART DE **32 %**

RÉDUIT LE TEMPS DE  
MISE EN COULEURS  
DE **27 %**



## UNE PLAQUE OFFRANT DES PERFORMANCES DE HAUT NIVEAUX, UNE PLAQUE FIABLE ET SANS SOUCIS!

La réputée plaque LH-PJ de Fujifilm offre à votre entreprise une qualité, une constance et une valeur éprouvée exceptionnelles. C'est ce qui ressort d'une récente étude de John Zarwan, éminent rédacteur de l'industrie de l'impression. John a interviewé 25 imprimeurs qui sont passés aux plaques Fujifilm. Selon les imprimeurs, l'impact positif de l'adoption des plaques Fujifilm se traduit par une réduction du temps de mise en train, de la gâche de départ et du temps de mise en couleurs, ainsi que par leur durabilité accrue durant les tirages, une diminution de gâche au redémarrage, en plus d'économies de main-d'oeuvre, d'encre, d'eau et de solution de mouillage.

Fujifilm peut vous offrir une performance supérieure et améliorer vos services pré-presses et d'impression. Téléchargez la plus récente étude ("White Paper") de John Zarwan intitulé « Plates in the Pressroom : The Fujifilm Advantage » ("Les plaques dans la salle de presse : l'avantage Fujifilm") à l'adresse [www.fujifilm.ca/zarwanpdf](http://www.fujifilm.ca/zarwanpdf) pour découvrir par vous-même la différence que peut faire Fujifilm pour vous.

### **Une performance plaque éprouvée.**

Fujifilm est un fournisseur "direct du fabricant" à l'industrie Canadienne des arts graphiques. Nous maintenons au Canada un inventaire de plus d'un million de plaques d'imprimerie. Fujifilm possède des équipes de vente et de service qui demeurent dans votre communauté et ce à travers le Canada. Nos produits sont supportés par la plus grande équipe technique Canadienne.

Parlez nous au 1-800-263-5018, [gsmarketing@fujifilm.com](mailto:gsmarketing@fujifilm.com) ou visitez nous au [www.fujifilm.ca/graphics](http://www.fujifilm.ca/graphics).

# L'IMPRIMÉ EN MOUVEMENT

À L'ÈRE DU MULTICANAL, L'IMPRIMERIE INTÈGRE DES ÉLÉMENTS TECHNOLOGIQUES VISUELS ÉTONNANTS. L'IMPRIMÉ MODERNE EST TOUT SAUF STATIQUE.

**S**i l'on dit sur toutes les tribunes que l'imprimé est là pour durer, qu'il s'intègre désormais dans une combinaison média, il faut aussi ajouter qu'il intègre des technologies médias, sensorielles, électroniques et intelligentes. L'imprimerie continue de s'adapter à l'environnement visuel moderne.

Les imprimés ne sont plus ce qu'ils étaient. L'évolution remarquable de la qualité du détail et des couleurs n'a cessé d'élargir les applications imprimées. Des progrès immenses ont été réalisés en matière d'encre, de supports imprimants et d'équipements. Les imprimés débordent maintenant de plus en plus de leur cadre traditionnel d'application.

Les procédés d'impression ont atteint un seuil non encore parfait, mais suffisamment élevé pour se remplacer les uns les autres. L'imprimé n'est donc plus lié à un procédé, mais à la fin recherchée.

Le marketing a été et continue d'être un puissant moteur de développement de nouvelles technologies. Les grandes marques (ayant de grands moyens) souhaitent constamment repousser les limites de la créativité pour capter l'attention des clients. Les emballages, notamment agroalimentaires et pharmaceutiques, représentent aussi un autre secteur riche en innovations. Paradoxalement, au moment où l'imprimé semble malmené, notre milieu de vie en dépend de plus en plus.

## L'acceptation des nouveaux médias

En novembre 2012, Semper International, firme d'embauche spécialisée sur le marché de l'imprimerie et des arts

graphiques, a annoncé une augmentation des ventes au cours de la première moitié du troisième trimestre de 2012. Cette annonce faisait suite à un sondage auprès de 300 petites, moyennes et grandes sociétés d'impression. Dans le cadre de ce sondage, les participants fournissent des données sur leurs revenus, leur taux d'embauche et leurs propres prévisions. Ces chiffres ont déjà vieilli, mais un point du sondage retient l'attention : les technologies émergentes ne présentent plus une menace à la croissance de leur entreprise (seulement 3 % des répondants se sentent encore menacés). La popularité croissante des réseaux sociaux, notamment pour le recrutement d'employés et l'offre de services, est un autre facteur qui lève un pan de voile sur l'évolution de l'industrie de l'imprimé.

En février 2013, Semper a publié de nouveaux résultats, dévoilant une augmentation de l'embauche – signe annonciateur d'un tournant dans l'économie ? Cette fois, la menace viendrait désormais des voies empruntées par la concurrence, ce qu'elle fait et comment y réagir de manière rentable. Ces indices sont révélateurs. Les modèles d'affaires de l'industrie de l'imprimé, qui pavosaient l'actualité de l'imprimerie depuis quelques décennies, semblent avoir trouvé des modes d'implantation, et les débouchés de l'imprimerie sont plus variés que jamais.

## Le crossmédia

Le crossmédia, également désigné sous les termes multicanal, multimédia, combinaison média, plurimédia et transmédia, multiplie les possibilités commerciales de l'industrie graphique. Les flux crossmédiés ont fait l'objet d'un sondage mondial pour mettre en relief les besoins et l'intérêt de tels flux dans les milieux de l'édition, de la

production et de la création. Le sondage réalisé par le Ghent Workgroup (GWG) montre que la prolifération des appareils mobiles a propulsé la croissance du crossmédia. De nos jours, plus des trois quarts des travaux sont destinés à l'imprimé et à au moins un véhicule électronique. Les imprimés électroniques sont diffusés sur le web, les téléphones intelligents, les tablettes, les kiosques électroniques, etc.

Au Québec, il y a une réelle volonté de se positionner dans le secteur des emballages intelligents.



France Brodeur

Le GWG indique que, en raison des outils applicatifs pour le format PDF, les imprimeurs choisissent habituellement un des flux suivants : réorientation des fichiers PDF préparés pour la production imprimée, établissement d'un PDF indépendant de dispositif comme fichier numérique maître ou création de fichiers PDF spéciaux pour chaque canal de sortie.

Selon le GWG, le format PDF demeure le format traditionnel utilisé en imprimerie, et il existe plusieurs outils crossmédiés permettant d'utiliser des fichiers PDF. Il reste cependant du travail à faire, car le contrôle de la qualité des produits crossmédiés est encore une tâche manuelle.

Près de la moitié des répondants au sondage du GWG emploient un flux interne semi-automatisé au lieu d'un flux automatisé, piloté par une base de données pour générer du contenu multimédia. Les imprimeurs qui répondent au besoin de diversification des modes de diffusion de leur client feraient trop confiance aux flux de production imprimée, ce qui expliquerait la tendance à utiliser les

couleurs primaires en synthèse soustractive (quadrichromie - CMJN) au lieu des primaires en synthèse additive (RVB) pour leur préparation mixte imprimée et électronique. L'actuelle absence de normes et de pratiques d'excellence complique la simplification des processus et l'échange interactif de contenus entre différents flux. Le coprésident du comité GWG Crossmédia, Bart Van Looy, a déclaré que « les répondants savent que le PDF n'est pas le meilleur format à long terme, même s'il est utilisé comme solution intermédiaire ». Les nouvelles technologies émergentes comme le HTML5 et l'ePub pourraient mieux répondre à leurs besoins.

L'importance de l'harmonisation des flux adaptés au multimédia est mise en relief par le fait que l'imprimé, sans avoir perdu son attrait, fait désormais partie d'un ensemble de moyens de communication. L'imprimé traditionnel s'intègre dans des canaux de diffusion mobile et web. Ce mouvement est amorcé depuis plusieurs années déjà, et les grandes entreprises d'impression ont adapté leur stratégie de développement afin d'englober la nouvelle réalité de l'imprimé.

À la fin de 2012, InfoTrends déclarait que 47 % du matériel promotionnel imprimé était lié à des canaux numériques en ligne, révélant l'importance de la combinaison imprimé et électronique. Selon les derniers salons articulés autour du crossmédia, salons fréquentés par une bonne part d'imprimeurs, les annonceurs favoriseraient davantage les réseaux sociaux et les applications mobiles (Facebook arrivant en tête de liste).

Aujourd'hui, les salons, s'ils ne sont pas strictement crossmédiés, intègrent un volet crossmédia, ouvrant de nouvelles voies de croissance aux imprimeurs. Les salons crossmédiés accueillent des exposants connus de l'industrie graphique. Le salon Cross Media de Londres à l'automne annonce déjà la présence de Xeikon, Ricoh, Mondi Papers, Konica Minolta, Fujifilm, etc.

## De nouvelles avenues

Selon l'organisation du salon InPrint, qui se tenait à Hanovre au début d'avril, le jet d'encre est devenu une technologie entièrement transférable aux nouvelles applications d'emballage, de céramique, de verre, de textile, de décoration intérieure et d'habillement, mais aussi aux applications plus fonctionnelles comme l'électronique imprimée, la production médicale et d'instruments, ainsi que l'épreuve, le prototypage et l'impression tridimensionnelle.

## La décoration d'intérieur

Des revêtements de sol aux papiers peints, aux stores, aux tableaux, aux tissus d'ameublement et à l'habillement domestique, l'imprimé s'est installé à demeure. La popularité des planchers flottants illustre bien son implantation et son acceptation grand public. L'impression laser d'un support sur un matériau composite comme substitut économique au bois est un véritable trompe-l'œil. Les planches imprimées reproduisent à s'y méprendre le grain de diverses essences de bois. L'imprimerie, par son ingéniosité, vient au secours de la pénurie mondiale de bois.

Dans les lieux publics, l'imprimerie a aussi apporté des modifications profondes en créant des décors changeants. Elle ouvre des fenêtres sur la lumière extérieure et intérieure, elle dissimule des pièces ou en ouvre des virtuelles. Les fabricants de films et de vinyles graphiques comme 3M, Innovia, Ahlstrom, Antalis ou Sihl, pour n'en citer que quelques-uns, déclinent leur collection de films pour vitrage adhésifs et adhérents, opaques et transparents, à effet givré ou sablé, pour la vitrophanie, la fenestration intérieure, l'impression sans obstruction de la lumière naturelle, la protection, ainsi que la sécurité et l'antivandalisme.

## La personnalisation

InfoTrends a publié récemment une étude portant sur la croissance des produits imprimés<sup>1</sup>. Au-delà des albums photos, des calendriers et des cartes popularisés au cours des dernières années, la papeterie, les objets de marchandisage et les décors domestiques montent en puissance. Les consommateurs expriment leur personnalité par les produits qu'ils achètent, et l'impression de produits exploite ce créneau. Les installations de plus



*Lors du salon Heimtextil 2013, à Düsseldorf, HP a présenté l'intérieur Afryka Coffee and Tea House imprimé sur une presse HP Designjet L26500, y compris le papier peint, les abat-jour et les nappes.*

<sup>1</sup> <http://www.infotrends.com/public/Content/Multiclients/Brochures/NextGenPhotoProductv4.pdf>

en plus nombreuses d'imprimantes numériques permettant l'impression de courts tirages sur une vaste gamme de produits, et les nouveaux outils et logiciels de création permettent aux clients de personnaliser les produits imprimés à leur guise.

InfoTrends prévoit que le marché des produits imprimés personnalisés aux États-Unis passera de 113 millions d'unités en 2012 à près de 158 millions d'ici 2017<sup>2</sup>. La croissance du marché de produits imprimés personnalisés ira de pair avec les changements de comportement des consommateurs, qui seront incités à penser aux produits traditionnels de nouvelles façons. La possibilité de commander par le web, la promotion de la qualité des produits imprimés et le développement de nouveaux territoires participent à l'expansion de l'imprimé. La personnalisation, moins vulnérable aux fluctuations saisonnières et à l'impression s'effectuant sur le même équipement, ouvre la voie à de plus grandes efficacité et rentabilité. Des produits créés par les consommateurs aux cartes électroniques et aux éléments de décoration d'intérieur, les acheteurs d'imprimés se font de plus en plus nombreux.

La personnalisation ne se limite pas à l'imprimé. DirectSmile, fournisseur de logiciel marketing crossmédia, a présenté en début d'année une fonctionnalité innovante pour ses serveurs, soit la personnalisation d'images animées en temps réel. Selon la société, les performances de rendu des solutions serveurs de DirectSmile permettent de produire des vidéos hautement personnalisées en quelques secondes.

## L'impression tridimensionnelle

L'impression tridimensionnelle fait aussi son chemin dans notre quotidien. Les imprimeurs d'objets promotionnels ou pratiques, ainsi que les fabricants de prototypes, non seulement d'emballages, mais de modèles pour toutes les industries, peuvent compter sur les avancées de sociétés souhaitant intégrer leur technologie encore plus proche des clients.

À la fin de 2012, le constructeur allemand Objet a fusionné ses activités avec Stratasys, de Minneapolis. Aujourd'hui, les deux entités réunies sous l'appellation de Stratasys constituent un des plus grands groupes d'impression 3D et de fabrication

numérique. La société 3DPHactory, de Toronto, utilise d'ailleurs la technologie Objet pour mélanger des polymères liquides et créer des centaines de matériaux rigides ou souples, et imprimer des détails fins et des surcouches texturées en 16 microns. La dernière machine d'Objet, le système Objet1000, peut imprimer jusqu'à 14 propriétés de matériaux différents sur un seul modèle.

Nous entrons à l'ère du design ouvert, c'est-à-dire non limité aux grands noms. Nokia est devenu le premier grand fabricant de téléphones cellulaires à donner accès aux consommateurs à ses fichiers de design 3D pour qu'ils puissent créer leur propre version personnalisée de la coque de leur appareil. Dans une entrevue accordée au magazine *Dezeen*<sup>3</sup>, Joseph Grima, éditeur en chef du magazine d'architecture et de design *Domus*, déclarait que de plus en plus de designs reflètent l'esprit des médias sociaux. Le nouveau modèle repose sur le partage d'idées, la collaboration, la transparence et l'ouverture, et non plus sur les modèles secrets du passé. Le design vit sa propre révolution grâce aux imprimantes 3D et à leurs logiciels connexes.

En décembre dernier, des ingénieurs de l'Université de Warwick, en Grande-Bretagne, ont imprimé des appareils électroniques au moyen d'une imprimante 3D ordinaire équipée d'un nouveau type de plastique conducteur d'électricité. L'équipe a baptisé le matériau carbomorphe, lequel a servi à imprimer un gant avec capteurs souples, une tasse qui sait quand elle est pleine et une console de jeu électronique.

## Les imprimés électroniques

Les imprimés ne sont donc plus limités à l'impression classique sur support papier. Les projets d'intégration de nouvelles matières et de nouvelles technologies abondent. Ce marché est nettement en expansion, et les applications augmentent sans cesse. Des livres d'enfants avec contacts lumineux, des fenêtres lumineuses ultraminces ou des sacs à main intégrant un chargeur de téléphone, les nouvelles technologies promettent une production abordable. Le mois dernier, le groupe événementiel Messe Düsseldorf annonçait la tenue de six salons européens dédiés aux produits et aux solutions d'imprimés électroniques (acronyme anglais PEPPO), notamment la prochaine drupa 2016.



*La jupe et la cape imprimées en 3D ont été réalisées grâce à la technologie d'impression 3D multimatériau Objet Connex de Stratasys, laquelle permet d'imprimer une large gamme de propriétés de matériaux en un seul passage. Ainsi, tant les matériaux rigides que souples peuvent être intégrés à la création, ce qui s'avère crucial pour le mouvement et la texture de la pièce. La création a été dévoilée lors de la Semaine de la mode à Paris, à l'occasion du défilé haute couture Iris van Herpen, en janvier 2013.*

Plus proche de nous, l'Institut des communications graphiques du Québec (ICGQ) vient de lancer un ambitieux projet concernant l'application des nanotechnologies et des couches minces au secteur de l'imprimerie. Ce projet, d'une durée de cinq ans, a reçu l'aval et l'aide financière du Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada (CRSNG).

La plateforme proposée dans le cadre de ce projet a pour but de développer des imprimés novateurs à forte valeur ajoutée s'établissant dans une perspective de développement durable. L'ICGQ a déclaré que seule l'application de nouvelles technologies non encore utilisées dans l'imprimerie lui permettrait désormais de soutenir les entreprises dans leurs besoins actuels et futurs en matière d'innovation.

Le dernier projet fait partie de l'évolution de la mission de l'Institut au service des entreprises graphiques. Il s'ajoute aux nombreux projets de recherche appliquée menés ces dernières années, dont celui portant sur le développement d'une matière imprimante

<sup>2</sup> <http://www.infotrends.com/main/public/Content/Press/2012/12.11.12.html>

<sup>3</sup> <http://www.dezeen.com/?s=open+design>



à base de nanocristaux de cellulose et la mise au point d'applications imprimées. Ce projet a permis de réaliser des avancées importantes qui se sont traduites par une demande de dépôt de brevet. L'Institut se penche également sur le développement d'un imprimé dynamique à base d'OLED (diode électroluminescente organique) doté d'une couche barrière ultraperformante à l'humidité et à l'oxygène. La structure de l'OLED, qui est plus flexible comparativement à l'afficheur à cristaux liquides (LCD), permettra éventuellement son intégration dans des emballages souples en plastique. Enfin, l'Institut poursuit une recherche pour remplacer les films en polyester préenduits d'oxyde d'indium-étain (ITO), matière onéreuse, rare et à flexibilité limitée, par des films enduits d'une couche ordinaire nouvelle et imprimable dont les caractéristiques s'assimileraient à celles de l'ITO. Ces films sont destinés aux applications électroniques et déposés au moyen d'une technologie d'impression.

Tous ces projets laissent planer un avenir nouveau pour l'imprimé. L'électronique viendra dynamiser le contenu imprimé. À terme, le nouveau projet de l'ICGQ permettra de créer un imprimé dynamique qui reproduira des informations textuelles et graphiques sur support plastique souple pouvant ensuite être imprimées sur une presse rotative. La nouvelle recherche limitera les risques de contrefaçon des imprimés sécuritaires en couleur grâce à l'impression d'une matière imprimante à base de nanocellulose cristalline. Cette matière tiendra lieu de solution de rechange aux quatre encres de la quadrichromie.

Les défis soulevés par les projets de recherche sont élevés, mais prometteurs, et l'industrie entière devrait y tirer parti afin

d'envisager l'avenir avec plus de sérénité. Christine Canet, directrice de l'ingénierie (transfert technologique et innovation) à l'ICGQ, joue un rôle clé dans le développement des technologies susceptibles de porter l'imprimerie vers de nouveaux sommets. Afin de mieux suivre l'évolution, notamment en matière d'imprimé électronique, elle s'est déplacée aux salons Printed Electronics USA 2012, LOPE-C en Allemagne, Printed Electronics Europe et Nanotech, par exemple. Pour elle, l'évolution naturelle de l'imprimerie est liée à la convergence du monde numérique et physique. « L'imprimé essaie par tous les moyens d'établir un lien avec le monde du numérique à des degrés divers, en intégrant des codes de types QR ou QR+, dirigeant vers des sites web, ou encore SecuTrace Code, pour la traçabilité. Il intègre également des fonctions comme la Réalité augmentée », explique-t-elle.

M<sup>me</sup> Canet poursuit en indiquant qu'« En empruntant à d'autres domaines, l'imprimé peut se combiner avec des éléments simples de l'électronique imprimée de type antenne NFC (communication en champ proche), notamment pour les codes tactiles. »

Les avenues à explorer pour l'imprimé ne semblent pas avoir de limite pour M<sup>me</sup> Canet, bien qu'il y ait encore beaucoup de travail à réaliser. « La dynamisation du contenu par intégration de composantes issues des imprimés électroniques prend doucement son envol. À l'heure actuelle, cependant, ces composantes sont intégrées et non produites en ligne. Un jour, il sera possible de produire en ligne, et donc à faible coût, ces fameuses composantes électroniques telles que l'écran électrochromique utilisé dans le magazine *Marie-Claire* (voir plus bas). Les progrès devraient aussi mener éventuellement (vers 2020) à des systèmes plus élaborés d'écrans flexibles. » M<sup>me</sup> Canet signale que l'utilisation de la plateforme d'impression actuelle, qui est très efficace et donc susceptible de produire des articles à faible coût à d'autres fins que celle consistant à déposer des encres de couleur, pourrait produire ultimement des produits de type tablette comme celle de Plastic-Logic (<http://www.youtube.com/watch?v=81iiGWdsJgg>).

La dynamisation des contenus et l'intégration d'écrans pelliculaires dans les magazines et journaux coûtent encore très cher. Néanmoins, les prix devraient baisser à

l'arrivée de nouvelles générations de produits et avec l'augmentation de la concurrence.

La société Americhip, fondée en 2001 et spécialisée en intégration vidéo dans des supports imprimés, a breveté sa technologie Video-In-Print, première vidéo interactive en haute définition intégrée au papier. Avec ses équipes nord-américaines, européennes et asiatiques, elle a inventé la première technologie de marketing audio pour l'imprimé. Cette technologie a été récemment utilisée dans le magazine d'octobre 2012 de l'édition britannique de *Marie-Claire*. Ce numéro comportait une publicité des parfums Dolce & Gabbana, laquelle intégrait un écran ultramince et des haut-parleurs (<http://www.youtube.com/watch?v=MZIW4TLarjY>). Puis, récemment, dans un envoi de publipostage haut de gamme destiné à une clientèle ciblée, JWT Paris a intégré un écran LCD de 3,5 pouces (diagonale) pour le lancement de la nouvelle BMW Série 6 Gran Coupé (<http://www.youtube.com/watch?v=FTIsgLJ2KxE>).

Les innovations enrichissent l'expérience sensorielle, en créant des brochures qui parlent, des pages qui s'illuminent, des mouvements et des interactions avec les produits et avec l'utilisateur. Les frontières de l'imprimé peuvent être encore repoussées par la fusion de l'imprimé et de l'électronique en ayant la possibilité de livrer des contenus payants ou personnalisés, de traiter des transactions directement et d'inclure des dispositifs de communication bidirectionnelle.



Christine Canet, directrice de TECHCOM à l'ICGQ, s'adresse régulièrement à la communauté de l'imprimé pour les informer des recherches effectuées à leur intention.

## Les imprimés actifs et intelligents

Cette catégorie s'applique particulièrement au secteur de l'emballage. En effet, les emballages actifs intègrent des agents agissant sur la matière emballée, alors que les emballages intelligents créent une interactivité avec l'utilisateur.

Autrement dit, comme l'explique Bruno Ponsard, directeur général des Centres collégiaux de transfert de technologie (CCTT) CÉPROCQ et ITEGA affiliés au Collège de Maisonneuve, « Les emballages actifs intègrent des composés dans l'emballage, sous forme de petits coussinets, par exemple, pour absorber l'oxygène ou encore pour faire migrer des composés en réaction avec des activités antimicrobiennes. Quant aux emballages intelligents, ils fournissent de l'information additionnelle aux consommateurs. Ils informent par exemple sur la température de conservation ou le degré de mûrissement. »

Selon IdTechEx, organisme indépendant de conseil et de recherche, le vieillissement de la population, les exigences plus élevées des consommateurs, l'enrichissement de la population, les modes de vie, la rigueur des lois et les préoccupations criminelles et terroristes seraient les six facteurs stimulant la croissance rapide des emballages intelligents. Dans son récent rapport sur les emballages intelligents, l'organisme révèle que ce marché devrait atteindre un chiffre d'affaires de 1,45 milliard d'ici 2023. L'activité concernera les biens de consommation emballés, qui ont une fonctionnalité électronique. Le rapport cite la croissance des boîtes de pizza qui parlent, des logos qui font des clin d'œil, des bouteilles de médicaments qui s'adressent à l'utilisateur, etc. Ce n'est plus de la fiction : les emballages nous parlent en plus de nous interpeller. IdTechEx signale toutefois que nombre d'écueils parsèment la voie du développement d'emballages intelligents, notamment l'écoresponsabilité, le coût et la pénurie d'intégrateurs et de designers de produits complets.

Malgré les difficultés, des percées sont effectuées régulièrement en matière d'intégration de dispositifs intelligents dans les imprimés. « Pour moi, la percée la plus importante actuellement est la possibilité de produire des imprimés intelligents avec une plus grande viabilité économique », dit M. Ponsard. « En effet, pour certains marchés,

notamment l'alimentaire, l'aspect économique est primordial, car les marges bénéficiaires peuvent être faibles. Ainsi, la capacité de produire des imprimés intelligents à un coût plus faible permettra d'accroître l'introduction et le développement de technologies pour des emballages. D'ici 5 à 10 ans, les emballages actifs et intelligents devraient avoir de forts impacts sur le marché global des emballages, et les imprimés intelligents y participeront grandement. »

M. Ponsard ajoute que la capacité de fonctionnaliser certains imprimés intelligents quant à la traçabilité ou à la détection pourrait bien positionner cette technologie par rapport à d'autres, notamment les nanoparticules. « Dans ce dernier cas, certaines questions concernant l'impact potentiel sur la santé humaine ou l'environnement se posent. Les réponses ne sont pas faciles à donner et nécessitent des études fastidieuses », s'inquiète-t-il.

L'avenir des emballages actifs et intelligents est cependant riche. « Les voies d'avenir peuvent être nombreuses, car les imprimés intelligents pour les emballages peuvent amener différentes fonctions. Il est possible de penser à des senseurs ou biosenseurs capables de suivre les températures de conservation de la production jusqu'au consommateur, d'identifier la présence de fuites dans des emballages, de détecter certains pathogènes alimentaires, de suivre la fraîcheur d'un produit alimentaire en détectant la présence de certains composés gazeux

(soufrés ou azotés). Le développement de ces solutions technologiques à travers des imprimés intelligents permettrait d'améliorer la sécurité alimentaire et de diminuer les pertes en aliments », explique M. Ponsard.

Il précise que les préoccupations environnementales présentent de nombreux défis. « Dans le cadre de ce développement technologique, il faut aborder les aspects touchant la fin de vie de ces emballages. »



*Bruno Ponsard a été récemment nommé à la présidence du conseil d'administration de l'Association de l'industrie des emballages actifs et intelligents (AIPIA), située à Utrecht, aux Pays-Bas, et il est membre de plusieurs conseils d'administration, dont celui de l'Association canadienne de l'emballage, section Québec.*



*Le professeur Abdellah Ajji à l'avant-plan, dans le laboratoire de fabrication de films d'emballage à l'École Polytechnique de Montréal*

« Est-il possible de traiter des emballages comprenant des imprimés intelligents dans des filières classiques de recyclage, même éventuellement de compostage ? Personnellement, je n'ai pas toutes les réponses à ces questions, mais l'approche du développement durable ne peut pas être occultée », affirme-t-il. « Les imprimés intelligents pour les emballages font leur niche dans un premier temps à l'échelle du marketing. À mon sens, il y aura encore beaucoup de développement dans les prochaines années pour un marketing interactif par des emballages intelligents. »

Le rôle des chercheurs et des organismes québécois et canadiens dans l'évolution des emballages intelligents s'est amplifié au cours des récentes années. En plus des différents projets de recherche appliquée menés à l'ICGQ, M. Ponsard précise que, au Québec, il y a une réelle volonté de se positionner dans le secteur des emballages intelligents. « L'Institut de technologie des emballages et du génie alimentaire (ITEGA) en fait un sujet d'importance au sein de sa planification stratégique et travaille actuellement sur plusieurs

projets. Sa forte implication au sein de l'AIPIA devrait permettre l'émergence de nouveaux projets avec des partenaires internationaux. De plus, la chaire de recherche à l'École Polytechnique de Montréal, 3SPack (<http://www.groupepolymtl.ca/3spack/?lang=fr>), est aussi un moteur de développement technologique sur les emballages intelligents. Il y a donc sur notre marché local des initiatives d'importance sur cet enjeu, et elles devraient permettre ultimement aux industriels d'en bénéficier dans les prochaines années », dit-il.

### Les imprimés de l'avenir

Ils sont déjà ici, et le marché est curieux de les découvrir. Selon Marc Potvin de Mercurius Stratège, agence de marketing et de courtage d'impression, il existe actuellement un réel désir d'intégration de l'électronique à l'imprimé, surtout dans le secteur alimentaire. Pour l'équipe de M. Abdallah Ajji, professeur agrégé au Département de génie chimique et titulaire de la chaire 3SPack, le développement d'emballages actifs (la couleur indiquant la fraîcheur de l'aliment) est l'un des objectifs concrets de la

recherche qu'il mène. Cet objectif devrait ravir de nombreux consommateurs, de plus en plus préoccupés par la salubrité des aliments depuis les récentes crises de contamination de viandes et de fromages survenues au Canada et aux États-Unis.

« La part du marché des emballages souples est évaluée entre 2,5 et 3 milliards de dollars au Canada. Les retombées anticipées de nos recherches bénéficieront aux entreprises canadiennes, mais également aux consommateurs. Ils pourront s'assurer d'une meilleure compétitivité et d'emballages plus sécuritaires », déclare le professeur Ajji.

L'optimisation de l'expérience client et la reconnaissance de la marque sont certes des incitatifs technologiques et commerciaux de premier plan chez les donneurs d'ordres, mais l'imprimé de l'avenir – sensoriel, électronique, actif, intelligent ou autre – pourra aussi rendre de grands services aux consommateurs.

**Pourquoi le PAPIER ?**  
Parce que beaucoup d'endroits qui valent le détour ne peuvent recevoir de signal et ne le pourront jamais, espérons-le.

Au sommet d'une montagne, à la campagne ou même dans le sentier d'interprétation de la nature le plus près de chez vous, il y a des endroits où il est agréable de se promener avec une simple carte routière, nos cinq sens et rien d'autre pour nous distraire. Pour en savoir plus : [pourquoilapapier.com](http://pourquoilapapier.com).

# COLLEGE AHUNTSIC

## Un peu d'aide pour trouver la perle rare

**L**es évolutions technologiques des récentes années font en sorte qu'il faut moins de gens pour produire un travail imprimé. Les délais de réalisation et de production sont plus courts, et les équipements sont de plus en plus rapides. Il n'y a pas si longtemps, on pouvait compter jusqu'à quatre personnes sur une équipe de presse et jusqu'au double pour les gens travaillant au prépresse. Aujourd'hui, nous pouvons facilement couper de moitié la quantité de ces travailleurs, pour assurer la même production.

Par contre, puisqu'il faut moins de travailleurs, il est primordial que les gens en poste soient des techniciens spécialisés des plus efficaces et compétents.

Pour pourvoir aux postes vacants au sein de l'industrie, les employeurs doivent trouver des gens ayant des attitudes et des compétences relatives au domaine des communications graphiques.

Les techniciens spécialisés tant recherchés possèdent une bonne base et une solide formation technique qui leur permettent de comprendre et d'analyser les technologies de production d'aujourd'hui et du futur, et surtout de s'y adapter. Comment trouver de tels techniciens spécialisés en prépresse, en production ou au département d'impression ?

### Le Collège Ahuntsic à l'écoute de vos besoins

Depuis plusieurs années déjà, le Collège Ahuntsic, à l'aide de son service de placement étudiant, s'est penché sur la question du personnel. Partenaire et collaborateur du domaine de l'imprimerie, le Collège a mis sur pied un service de placement qui permet de recruter des étudiants finissants et même d'anciens diplômés ayant plusieurs années d'expérience. Le service de placement du Collège Ahuntsic offre donc aux étudiants en formation et aux anciens diplômés un accès direct aux offres d'emploi que vous faites parvenir et qui sont publiées sur le site Internet.

### Les étudiants et les employeurs

Vous, en tant qu'entreprise, avez la possibilité de mettre en ligne vos offres d'emploi sur le site Internet du Collège Ahuntsic. Il vous suffit de quelques clics de souris pour y accéder : [www.collegeahuntsic.qc.ca](http://www.collegeahuntsic.qc.ca),

puis allez sous l'onglet « Services aux entreprises », ensuite « Service de placement » et finalement « Recruter nos étudiants et diplômés ». Il ne vous reste qu'à remplir le formulaire correspondant à vos besoins.

Différentes possibilités s'offrent à vous : vous pouvez trouver facilement des étudiants en cours de formation, par exemple pour un emploi à temps partiel; vous pouvez recruter un finissant à la fin de sa formation, pour un premier poste sur le marché du travail; vous pouvez même embaucher un ancien diplômé possédant quelques

années d'expérience sur le marché du travail, pour un poste supérieur. Effectivement, les étudiants, les finissants et les diplômés des techniques des communications graphiques du Collège Ahuntsic qui s'inscrivent au service de placement peuvent recevoir et consulter les offres d'emploi sur le site aussi longtemps qu'ils le désirent, et ce, même à vie.

À vous maintenant de venir trouver votre perle rare!

### Le Gala Gutenberg 2013

En mon nom et au nom des enseignants du département de Techniques de l'impression du Collège Ahuntsic, je tiens à saluer tous les organisateurs, les juges et toutes les entreprises qui contribuent de près et de loin à perpétuer le prestigieux Gala Gutenberg, qui met en valeur le savoir-faire de nos artisans et de notre industrie. Une formule 2013 remodelée

saura faire place à l'innovation et aux différents défis techniques surmontés afin de réaliser des productions imprimées de haute qualité. Nous voulons, aussi, saluer tous les participants et offrons nos félicitations aux nombreux gagnants.

Les techniciens spécialisés tant recherchés possèdent une bonne base et une solide formation technique qui leur permettent de comprendre et d'analyser les technologies de production d'aujourd'hui et du futur, et surtout de s'y adapter.



**Benoit Tougas**  
Enseignant au Collège Ahuntsic  
au département de Techniques  
de l'impression

# VOTRE Qi

## Étapes de réalisation



### Imprimerie Ste-Julie

Ce projet a été très motivant pour l'équipe d'Imprimerie Ste-Julie, pour qui la réalisation de la couverture a contribué à mettre en œuvre tout l'outillage dont nous disposons et les divers procédés utilisés chez nous.

La couverture est imprimée en quadrichromie avec l'ajout d'une couleur PMS rouge, puis d'un vernis sélectif mat en repérage, en procédé flexographique sur notre presse Mark Andy 4120.

L'impression numérique pour l'intérieur de la couverture a été produite sur notre presse WS6000 de HP Indigo, et ce, afin de mettre en valeur les deux technologies d'impression dont nous disposons. La complémentarité de ces deux procédés répond à un vaste marché et nous permet de nous adapter au volume de nos clients.

Pour ce qui est de l'ennoblissement de l'imprimé (l'estampage à chaud, la microgravure et le blanc sérigraphique), nous avons effectué les repiquages sur notre Galaxie digitale de SMAG.

La dernière étape de la production est la découpe au laser pour la finition en feuille.

C'est grâce à tous les artisans et les passionnés de notre usine que ce défi à haute valeur ajoutée a été réalisé avec brio!



### Multi-Reliure

Merci à Multi-Reliure pour la reliure allemande et la finition du magazine.



### Spicers et Iggesund

Merci à Spicers et à Iggesund pour le carton Invercote Creato 12,4 pt ayant servi de support à l'impression. La gamme Invercote se compose de produits adaptés à différents domaines d'utilisation. Elle est fabriquée à l'usine intégrée d'Iggesund, en Suède. L'Invercote est un carton homogène blanchi (SBB) multijet à base de pâte chimique au sulfate. L'emploi de fibres vierges et le procédé de fabrication au sulfate contribuent à l'hygiène et à la neutralité du goût et de l'odeur. Toutes les matières entrant dans la fabrication de l'Invercote sont certifiées pour le contact alimentaire, en conformité avec les réglementations en vigueur. Peu importe le procédé d'impression et de finition, nous garantissons une œuvre de qualité et haut de gamme. Invercote est la feuille au blanc neutre qui, sans craquer, se pliera à toutes vos exigences. Réalisez vos rêves!

**KBR GRAPHICS CANADA** VENTES - SERVICE - PIÈCES 514-739-5656 / 800-361-1498 info@kbrgraphics.com

**SOYEZ LIBRE D'EXIGER PLUS DE VOS PRESSES NUMÉRIQUES**  
PROFITS, VERSATILITÉ, PUISSANCE ET HAUTE QUALITÉ

La série de presses numériques à toner sec permet une production plus rapide idéale pour les courts tirages de papier, enveloppes et synthétiques avec programmation de données variables  
**LE TOUT À UN PRIX ABORDABLE ET SURTOUT SANS FRAIS PAR CLIC!**

**METEOR DP8700 XL DP8700 S**

**MGI** Digital Graphic Technology

**graphic whizard** LA FINITION NUMÉRIQUE À SON MEILLEUR

XDC530 MicroCoater Vernisseur ultra-violet  
PT370A Raineuse automatique  
PT370AKF Rainieuse auto et plieuse

WWW.KBRGRAPHICS.COM

# ATFFEQ

## Joignez-vous à l'ATFFEQ!

L'ATFFEQ (OU ASSOCIATION TECHNIQUE DES FLEXOGRAPHES ET FABRICANTS D'EMBALLAGES DU QUÉBEC) EST UN ORGANISME À BUT NON LUCRATIF QUI S'EST DONNÉ POUR MISSION DE PROMOUVOIR LA FLEXOGRAPHIE ET L'INDUSTRIE DE L'EMBALLAGE IMPRIMÉ AFIN D'EN FAVORISER L'ESSOR.

**L**es objectifs de l'Association sont nombreux : faire la promotion de la flexographie comme procédé d'impression, faire connaître les avancées technologiques dans le domaine de l'emballage, faire la promotion de l'achat et l'économie locale, ainsi que faire la valorisation des programmes de formation afin de pallier le manque de main-d'œuvre qualifiée.

Les activités et les services de l'Association viseront, entre autres, à organiser des conférences techniques, des activités de réseautage et, par l'entremise de son site Internet ([www.atffeq.ca](http://www.atffeq.ca)), à faire connaître les entreprises d'ici, à offrir des services d'annonce d'offres d'emploi et à promouvoir la vente ou la recherche d'équipements usagés.

L'idée d'une association se discutait entre plusieurs flexographes, producteurs d'emballage, fournisseurs de produits et de services depuis un certain temps déjà.

Un consensus a été établi quant à la nécessité d'avoir une association qui représenterait tous les acteurs de l'industrie spécialisés dans la production d'emballages au Québec.

Au terme d'une période de plus d'un an de travail effectué par les membres fondateurs pour définir la structure, les fondements et les orientations, l'Association a officiellement été lancée en novembre 2011.

Lors de la première Assemblée générale annuelle (AGA), en novembre 2012, plusieurs nouveaux membres se sont joints au conseil d'administration pour améliorer la représentativité de l'Association. Aujourd'hui, le CA est constitué de 22 membres provenant à parts égales de fabricants d'emballages, de fournisseurs et de deux organismes impliqués dans le domaine, soit l'ICGQ et le CSMO des communications graphiques.

« Ce dernier [Gala Gutenberg], avec ses nouveaux critères de sélection orientés vers le défi technique et l'innovation, ouvre des opportunités de faire connaître et de faire valoir le côté très innovateur des emballages d'aujourd'hui. »

Ce que nous souhaitons, c'est de renforcer le sentiment de fierté et d'appartenance à cette importante industrie qu'est l'emballage. L'ATFFEQ s'est impliqué dans le choix des juges pour les Prix Gaïa et pour le Gala Gutenberg. Ce dernier, avec ses nouveaux critères de sélection orientés vers le défi technique et l'innovation, ouvre des opportunités de faire connaître et de faire valoir le côté très innovateur des emballages d'aujourd'hui.

Certains membres potentiels ont exprimé des préoccupations au sujet de l'aspect technique de l'ATFFEQ. Le volet technique de notre mission est dédié à la diffusion de l'information d'intérêt général, et non à la divulgation d'information stratégique ou confidentielle des entreprises. Il n'est donc pas justifié de craindre de joindre l'ATFFEQ pour des raisons de confidentialité.

De plus, les entreprises, étant souvent spécialisées dans un secteur, ont intérêt à mieux connaître l'offre locale. Plusieurs entreprises sont complémentaires et pourraient trouver ici ce qu'elles achètent à l'extérieur du Québec. Nous croyons que nos activités de réseautage peuvent faciliter ces rencontres. Nous espérons que notre site Internet deviendra avec le temps un lieu de référence pour combler des besoins d'ici de fournisseurs, de main-d'œuvre, de services spécialisés d'aide technique, de formation, d'ingénierie et autres besoins. Bien que nous comptions déjà plusieurs membres, nous sommes toujours en période de recrutement. L'objectif est de maximiser la représentativité et l'efficacité de l'Association. Il est simple et peu dispendieux de devenir membre ; il suffit de visiter notre site, au [www.atffeq.ca](http://www.atffeq.ca).

Je profite de l'occasion pour remercier tous les membres actuels et futurs, ainsi que les membres du CA pour leur importante collaboration à l'Association.

Au plaisir de vous compter parmi nos membres !



**Régent Bernier**

*Directeur du département de flexographie de l'ICGQ et président de l'ATFFEQ ([www.atffeq.ca](http://www.atffeq.ca))*

# FOCUS

Nous vivons dans un nouveau monde dynamique. La rapidité de la mise en marché est importante, mais maintenant avec une perspective plus large. Aujourd'hui, elle doit se faire de manière plus sécuritaire, plus intelligente et plus durable. Pour l'emporter sur la concurrence, vous avez besoin d'un partenaire fiable. Unisource peut être ce partenaire – et votre unique ressource. Nous sommes obsédés par la recherche des gains d'efficacité et par la création et l'exploitation de nouvelles possibilités de manière à ce que vous puissiez vous concentrer sur ce que vous faites de mieux.

*Unisource a l'honneur d'être l'unique partenaire  
de votre succès.*



[www.unisourcedesign.ca](http://www.unisourcedesign.ca)



.....  
VIVEZ LA  
RÉVOLUTION  
**Gutenberg**  
.....

# quité

## MOT DU PRÉSIDENT

### Oui à la Révolution !

**D**epuis maintenant 31 ans, le Gala Gutenberg s'avère l'événement par excellence de l'industrie de l'imprimé. Il souligne le talent, la créativité et le savoir-faire de ses artisans.

Lorsque qu'un groupe de passionnés s'est réuni en juin dernier à l'ICGQ pour discuter du Concours et du Gala, nous étions loin de penser que cette révolution deviendrait LA Révolution ! Mais la volonté y était, et dès cet instant, un comité formé d'intervenants de différents marchés et de différentes associations a vu le jour.

Comme notre industrie a beaucoup évolué ces dernières années, il nous fallait tenir compte des nouvelles technologies, des nouveaux substrats et consommables et de tous les procédés dit hybrides, qui combinent plusieurs procédés d'impression et d'ennoblissement de l'imprimé. L'édition 2013 a donc marqué un virage important par rapport aux années antérieures.

Nous avons tout simplement réinventé les règles du jeu, en mettant davantage l'accent sur l'expertise des artisans et sur leur savoir-faire, et ce, en valorisant les défis techniques et l'innovation. Les nombreuses catégories des précédents concours ont laissé place à six grandes familles de produits. Puis, afin de refléter notre nouvelle réalité, deux nouveaux volets ont été créés : le Défi Technique et le Défi Innovation.

### Le tout pour le tout !

Oui, il nous fallait tout changer afin de raviver l'intérêt des artisans de notre industrie. Le nouveau comité a tout revu :



règlements, critères et processus d'évaluation des pièces, prestigieuse soirée de Gala, etc. Cette grande Révolution repousse les limites du possible, et répond aux défis soulevés par le talent et la créativité des entreprises, des agences de communication et des acheteurs d'imprimés du

Québec, et ce, indépendamment de la taille des entreprises. Et c'était tout un défi !

Les résultats parlent d'eux-mêmes. La participation au Concours Gutenberg 2013 n'a jamais été aussi grande depuis plusieurs années. Et, mission accomplie, de nouvelles entreprises, de moyennes et petites tailles, ont démontré leur savoir-faire et leur grand sens de l'innovation. Nous sommes heureux de découvrir parmi les nouveaux adeptes du Concours des entreprises œuvrant dans les productions « grand format », ainsi que dans les procédés flexographiques ou même artisanaux. Ces entreprises, fières de leurs réalisations, ont présenté des pièces fort originales, innovantes et avec de hauts défis techniques.

### Prêts pour la suite !

J'aimerais remercier le comité organisateur, des bénévoles passionnés qui croient en notre industrie, ainsi que Christian Barbe, qui, pendant plus de 20 ans, a tenu les rênes du Gutenberg. Il a su nous inspirer dans cette Révolution. Un grand merci également aux membres du jury, pour avoir mis leur expérience à contribution dans la difficile tâche d'évaluer les pièces qui ont été mises en compétition.

Merci également à tous nos partenaires et aux associations telles que l'ICGQ, l'AQII et l'ATFFEQ qui ont contribué au succès de cette 31<sup>e</sup> édition en mettant leur créativité, leur temps... et leurs équipements (!) au service du Gala.

Félicitations à tous les gagnants, ainsi qu'à tous les participants pour la qualité de vos réalisations.

Nous sommes des plus heureux devant l'engouement que crée le nouveau Gala Gutenberg !

Et comme le dit la campagne, « Un monde sans imprimé, ça n'existe pas ! Soyez-en fier. »

P.-S. : Si vous souhaitez vous joindre à la Révolution, n'hésitez pas à communiquer avec nous ! Vos commentaires et vos idées sont les bienvenus.

À l'an prochain, pour l'édition 2014 !

### Luc Janson

Président du Gala Gutenberg 2013,  
vice-président – ventes et marketing  
Imprimerie L'Empreinte

# MOT DU JURY

**T**out le monde le confirmera : notre industrie a subi depuis plusieurs années de multiples changements technologiques, disons-le majeurs, ce qui a eu pour conséquence de redessiner un portrait global de l'ensemble de notre industrie. Devrions-nous changer notre appellation « imprimerie » pour « industrie de imprimé » ?

Devant cette réalité, notre Gala Gutenberg se devait de faire une importante mise à jour. Un nouveau comité a été formé avec comme mission de trouver une formule de concours qui offrait la possibilité à tous les intervenants de notre secteur (entreprise de publicité, concepteur, imprimeur, relieur, entreprise de procédés complémentaires, de tous procédés ou techniques de reproduction confondus) de pouvoir participer à ce prestigieux Concours.

Le comité a donc décidé de former deux grandes catégories : le Défi Technique et le Défi Innovation.

Vu la diversité de notre industrie de l'imprimé aujourd'hui, afin de bien pouvoir juger les pièces, le participant se devait de nous expliquer, par le formulaire de participation, quels sont les défis auxquels il a dû faire face.

Le Défi Technique s'adresse à tout produit imprimé qui exige, par ses exigences et contraintes de réalisation, un niveau de difficulté extrême.

Le Défi Innovation, avec la multiplication des nouvelles technologies et le savoir-faire de nos artisans, met en lumière les idées de l'artiste.

C'est avec grand plaisir que nous avons reçu, pour cette première édition, un grand total de 119 pièces, dont 95 du Défi Technique et 24 du Défi Innovation.



## Robert Legal

Responsable du comité du jury du Gala Gutenberg 2013  
Enseignant en Techniques de l'impression au Collège Abuntsic

Le jugement des pièces s'est échelonné sur deux soirées. Un jury de six personnes regroupant diverses spécialités de notre secteur a eu la délicate tâche, dans un premier temps, de bien prendre conscience des textes expliquant le défi que représentait la pièce soumise. Chacune des deux catégories a été divisée en six sous-catégories en fonction du produit imprimé. Nous retrouvons les produits d'affichage, de communication d'entreprise, d'édition, d'emballage, d'étiquette et de marketing. De plus, la sous-catégorie Édition compte désormais trois gagnants, subdivisés selon leur secteur d'activité, soit les journaux, les magazines et les livres.

Le jugement des 119 pièces a nécessité une période d'évaluation de 8 heures. Les juges ont minutieusement examiné les pièces pour leur donner une note selon les critères d'évaluation établis.

Après l'évaluation des pièces, le jury et moi-même étions unanimes quant à l'importance des textes explicatifs soumis par le participant. Souvent, en examinant une pièce qui nous semble bien banale, on peut prendre une toute autre direction lorsque nous prenons conscience des nombreuses contraintes de réalisation et de production auxquelles l'imprimeur a fait face.

## Un gros merci à nos juges



Les membres du jury : en haut, de gauche à droite : Benoit Pothier (Collège Abuntsic), Jacques Latreille (Taxi), Stéphane Labrie (Relitech); en bas, de gauche à droite : André Lemire (Hydro-Québec), Réjean Bernier (ICGQ) et Alain Patenaude (HEC Montréal)

Je tiens à remercier tous les participants de cette première édition, et partageons à l'ensemble de notre industrie de l'imprimé cette grande fête de la réussite.

# NOTRE NOUVEAU TROPHÉE

## Vive la Révolution !

**G**utenberg se réinvente, Gutenberg s'affirme.  
Le monde de l'imprimé, plus que jamais, se métamorphose, innove et surtout se manifeste dans toute sa splendeur.  
Le Concours affiche ses nouvelles couleurs, par un graphisme provocateur, audacieux, dynamique et élégant.

Le « G », supporté par l'étoile rouge, devient le symbole d'une révolution, d'une manifestation effervescente des talents d'ici, de l'embrassement des passions pour le métier.

L'utilisation de l'aluminium brossé ajoute une notion de permanence et met de l'avant le caractère unique de ce prestigieux Concours.

C'est en fait LE nouveau sceau de qualité soulignant l'excellence des réalisations de notre si belle industrie.

« G » pour génies, « G » pour gagnants, « G » pour... Gutenberg...



**prétexte**  
COMMUNICATION GRAPHIQUE - WEB

Conception du nouveau branding  
du Gala Gutenberg 2013



Réalisation du trophée  
pour le Gala Gutenberg 2013



**Depuis 25 ans**

*Vos enveloppes, notre passion !*

Enveloppe Concept est une entreprise 100 % québécoise qui se spécialise dans la fabrication d'enveloppes génériques et spécialisées, pour des entreprises de toutes tailles en Amérique du Nord.

L'excellence de ses produits et services est assurée par son équipe d'experts, appuyée par son président et sa relève.

**514.368.0550**  
9031, rue Salley, LaSalle,  
Québec H8R 2C8  
[www.enveloppeconcept.ca](http://www.enveloppeconcept.ca)

**ENVELOPPE CONCEPT INC.**

# Indeero

## CATÉGORIES

ÉDITION (JOURNAUX, MAGAZINES, LIVRES)

.....  
COMMUNICATION D'ENTREPRISE

.....  
MARKETING

.....  
EMBALLAGE

.....  
ÉTIQUETTE

.....  
AFFICHAGE

## VOLET DÉFI TECHNIQUE

Malgré une ou plusieurs exigences hors du commun (délai d'exécution, budget, contrainte environnementale, etc.) qui relevaient le niveau de difficulté, ils ont réussi à réaliser un projet au-dessus des standards de l'industrie.



### Critères d'évaluation du volet Défi Technique 2012-2013

Qualité générale	<b>25 %</b>
Qualité technique	<b>50 %</b>
Apparence générale	<b>15 %</b>
Innovation	<b>10 %</b>



### QUALITÉ GÉNÉRALE

- Qualité de la pièce par rapport aux autres
- Registre d'impression
- Uniformité des couleurs
- Finition (registre, qualité de la finition)
- Complexité de la pièce

### APPARENCE GÉNÉRALE

- Création et design
- Qualité photo
- Choix du support d'impression
- Mise en valeur des procédés d'ennoblissement

### DÉFI TECHNIQUE

- Description du défi technique
- Procédé d'impression et ses contraintes
- Contrainte du support
- Complexité de l'encrage
- Forme de la pièce
- Complexité de la finition
- Types d'encre (Pantone, métallique, encres réactives, etc.)
- Utilisation de procédés d'ennoblissement (vernis sélectif, UV, effets de vernis, lamination, découpe, gaufrage, finition, pliage, etc.)

# GAGNANT DÉFI TECHNIQUE

# CATÉGORIE ÉDITION

## JOURNAUX



### TC Transcontinental Transmag

Gesca – Le Soleil

Paillard

Procédé d'impression : Web offset

Support d'impression : Equal Offset 59.4 gr PEFC

Au départ, ce projet avait été conçu pour être imprimé sur une machine à feuilles à cause de la qualité recherchée par le client. Le défi fut donc de le réaliser sur une presse rotative coldset et ainsi de démontrer le haut niveau de possibilités de ce procédé. L'équipe sur presse a assuré une vérification serrée en cours de tirage afin d'en assurer la qualité. Considérant la complexité du concept (la constance des couleurs de fond qui se répètent sur chacune des pages), les caractères fins et la blancheur du papier, le tout a été réalisé à une vitesse de 50 000 copies à l'heure. Le résultat atteint est exceptionnel !

## MAGAZINES



### IntraMédia (div. de Datamark Systems)

Sid Lee

SAQ — Le Courrier Vinicole, Primeur Bordeaux 2011

Procédé d'impression : Offset

Supports d'impression : 200M DTC Mohawk  
Option Vellum PC White, 160M Enviro 100  
couverture offset et 120M Rolland Enviro 100  
offset texte

Afin de donner un sentiment chaleureux, le client souhaitait utiliser un papier coloré rappelant les « vieux pays ». Mais puisque le magazine comporte des images d'étiquettes de vin, le blanc est d'une importance capitale ! Nous avons donc simulé une teinte de fond par l'impression d'une masse solide sur l'ensemble des pages malgré les trois différents papiers choisis comme supports d'impression. Pour une brochure de 40 pages agrémentée d'une couverture double, cette impression en six couleurs, composée d'une quadrichromie et de deux couleurs PMS, représentait tout un défi. En gardant la constance et l'uniformité de cette masse de couleur importante sur toutes les pages, tout en conservant le blanc des étiquettes, l'équipe a réalisé un produit formidable.

## LIVRES



### Imprimerie L'Empreinte

Cirque du Soleil

Programme Amaluna

Procédé d'impression : Offset - Presse à feuilles

Supports d'impression : Astrolite PC 100 lisse  
200 texte et 200M couverture

Afin de reproduire tout l'éclat des images flamboyantes du Cirque du Soleil, une courbe spéciale permettant de maximiser les couleurs a été développée. L'emploi d'une trame aléatoire « Staccato » devint essentielle afin de rendre les détails plus éclatants, mais a considérablement augmenté le niveau de difficulté sur presse. Imprimé sur un support fait de fibres recyclées à 100 %, le produit devait également demeurer manipulable tout en conservant une saturation maximale au-delà des densités normales permises pour un papier offset, et ce, sans vernis afin de préserver le volet environnemental recherché par le client. Malgré la charge d'encre, les blancs demeurent purs et sans tache. Le résultat est vibrant d'intensité !

## FINALISTES

### JOURNAUX



### TC Transcontinental Transmag

Gesca – Le Nouvelliste

Plaisirs d'hiver

### MAGAZINES



### TC Transcontinental Interweb

Spafax Canada

Mercedes-Benz Magazine  
automne-hiver 2012

### LIVRES



### TC Transcontinental Québec

The American Golfers  
Golf Master Book 2012

## FINALISTES (SUITE)

### JOURNAUX



**TC Transcontinental Transmag**  
Gesca La Presse  
*Chic*

### MAGAZINES



**Imprimerie F.L. Chicoine**  
Anne-Marie Chagnon  
*Alià*

### LIVRES



**TC Transcontinental Québec**  
Against All Odds Productions  
*The Human Face of Big Data*

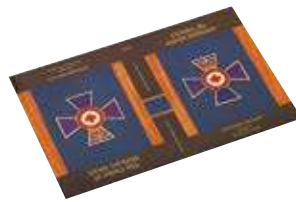
## PARTICIPANTS



**Imprimerie F.L. Chicoine**  
Gazette Social  
*Dairy of a Social Gal*



**Imprimerie F.L. Chicoine**  
Duguay Distribution  
*Mario Duguay de l'Ombre à la Lumière*



**Imprimerie L'Empreinte**  
Tri-co Group  
*Couverture The Order of Military Merit*



**Les Impressions Stampa**  
Olivier Bhérier-Vidal  
*Voir Toucher Sentir*



**Imprimerie Élite**  
Catalogue des semences  
*AgroCentre Seminoва*



**IntraMédia** (div. de Datamark Systems)  
Precision Advertising & Promotions  
*Cartise automne-hiver 2012-2013*



**IntraMédia** (div. de Datamark Systems)  
Precision Advertising & Promotions  
*Cartise printemps-été 2012*



**Repro-UQAM**  
École des arts visuels et médiatiques  
de l'UQAM  
*Passage à découvert 2012*



**Stylex 3D**  
ICGQ  
*Qi Gala 30<sup>e</sup>*



**TC Transcontinental Interweb**  
Ricardo Média  
*Spécial Best of Ricardo, 100 recettes choisies*



**TC Transcontinental Interweb**  
Médias Transcontinental  
*Elle Québec décembre 2012*



**TC Transcontinental Interweb**  
Bombardier Produits Récréatifs  
*Catalogue Sea-Doo 2013*



**TC Transcontinental Interweb**  
Saputo Dairy Products  
*Ingrédients n° 7*



**TC Transcontinental Interweb**  
Médias Transcontinental  
*Elle Québec août 2012*



**TC Transcontinental Interweb**  
Spafax Canada  
*En Route septembre 2012*



**TC Transcontinental Interweb**  
Spafax Canada  
*Fairmont Magazine vol. 7 n° 2*

# GAGNANT DÉFI TECHNIQUE CATÉGORIE COMMUNICATION D'ENTREPRISE



Estampage en deux couleurs, soit le rouge et le noir, découpe au laser qui ne présente aucune trace de brûlures, billets, enveloppes et boîtiers estampés, bref, plusieurs défis techniques à dépasser ! L'estampage en registre de la voiture sur un carton blanc remplace avantageusement l'utilisation d'un carton métallisé. Après l'impression en quadrichromie, un vernis Sélection fut appliqué en registre avec les deux premiers estampages. Une simulation 3D de l'embossage sculpté a permis au client d'approuver le rendu avant la fabrication de la matrice. Le concept du boîtier d'expédition a été réalisé de concert avec TC Transcontinental Ross Ellis. Un estampage en deux couleurs suivi d'un embossage en registre crée sur un laminage mat composent le boîtier et accueillent les précieux billets.

**Stylex 3D** Idée Concept : *Le grand soir*  
 Procédés d'impression : Estampage, embossage, UV, impression, découpage, collage et personnalisation, découpage laser  
 Support d'impression : Gmund

## FINALISTES



**Imprimerie Filigrane**  
 Y & G Icone Concept  
 Cartes professionnelles Y & G



**Imprimerie du Progrès**  
 Tabasko Communications  
 Synergis

## PARTICIPANTS



**Au Point Reprotech**  
 MP 1  
 Pochette Walter sur Atwater



**Danalco Impressions**  
 Profilé Portes et Fenêtres division  
 Termoplast  
 Une solution d'espace idéale



**Emballages Net Pak**  
 Net Pak  
 Affichette plastique



**Gravure Choquet**  
 Emballages Net Pak  
 Papeterie personnelle  
 Carlo Cammalleri



**Gravure Choquet**  
 Bianca Jacob  
 Cartes professionnelles



**Imprimerie F.L. Chicoine**  
 Croze  
 Distam 2012-2013

Tiré à part magazine Qi - Québec imprimerie numéro 29 - avril 2012 tous droits réservés ©  
 Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : [www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement](http://www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement).

## PARTICIPANTS DÉFITECHNIQUE – CATÉGORIE COMMUNICATION D'ENTREPRISE



**Imprimerie Dumaine**  
Imprimerie Dumaine  
*Calendrier 2013*



**Imprimerie L'Empreinte**  
Banque Nationale  
*Boîte Une expertise qui inspire confiance*



**Imprimerie Contact**  
Communication DentsuBos  
*Cartes professionnelles*



**Imprimerie Filigrane**  
Réseau d'enseignement de la danse  
*Cahiers d'enseignement danse classique et matériel*



**Imprimerie Élite**  
Chouinard & Karam  
*Pochette corporative*



**Imprimerie Élite**  
Quebec Community Groups Network  
*Pochette corporative*



**Imprimerie Élite**  
JPR Porte de garage  
*Carte cube*



**PDI**  
CAE  
*Catalogue civil*



**PDI**  
Gallant Leaman Group Communications  
*Brochure Boutique hors taxes*



**PDI**  
Thrace Graphistes  
*Série de Pochettes corporatives – Automatex*



**Imprimerie Pub Cité**  
Ville de Saint-Constant  
*Cahier loisirs mars 2012*



**Imprimerie Pub Cité**  
Imprimerie Pub Cité  
*Carte de Noël 2012*



**Imprimerie Pub Cité**  
Graphiques RCL  
*Carte de Noël Technologia*



**Stylex 3D**  
Stylex 3D David et Goliath  
*Carte de Noël Stylex & Goliath*



**TC Transcontinental Québec**  
Université Laval  
*Journal Takuvik*

# GAGNANT DÉFI TECHNIQUE CATÉGORIE MARKETING



Le défi était de réaliser un outil marketing qui représente une partie des différentes techniques d'impression et de finition propres à l'entreprise. Le résultat comporte 16 supports d'impression différents, imprimés à l'aide de trois procédés (jet d'encre au latex, jet d'encre à séchage UV et laser couleur). Tout ceci est agrémenté par la plastification, la découpe de vinyle autocollant, la juxtaposition de pièces plus petites et la découpe numérique. Chaque page a sa propre personnalité, ponctuée à l'occasion d'effets surprises et de clins d'œil parfois humoristiques, tout en respectant une harmonie d'ensemble. Toutes les pages indiquent également le procédé d'impression et le type de support utilisés. L'équipe a relevé le défi d'allier créativité et ressources techniques, ce qui fait de ce calendrier une œuvre murale distinctive.

## Reprografic      Reprografic : *Calendrier 20 ans*

Procédés d'impression : numérique : Latex, à séchage UV et laser couleur

Supports d'impression : Royal/Metallics, Vêlin/Jute, Acétate claire, Invercote, Supreme/couvert, Royal Linen/Toilé, Eclipse, Polypropylène, Banderole 15 oz lisse, Canevas, Royal Ressource®/Écorces, Rolland/Enviro 100, Vêlin Translucide, Carton 24 pt

## FINALISTES



**PDI**  
L'Oréal  
*Encart Éventail Garnier*



**Imprimerie L'Empreinte**  
Sport Maska  
*Catalogue Reebok CCM*

## PARTICIPANTS



**Gravure Choquet**  
Gravure Choquet  
*Cartes de vœux 2013*



**Gravure Choquet**  
Kurzf Transfert Products  
*Calendrier 2013*



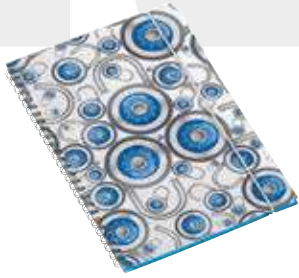
**Les Impressions Stampa**  
L'Association paritaire pour la santé et la sécurité  
*Pop-Up Cube*



**Au Point Reprotech**  
SNC-Lavalin  
*Cartes de Noël avec roulette*

Qi - Québec imprimerie - AVRIL - MAI 2013

## PARTICIPANTS DÉFITECHNIQUE – CATÉGORIE MARKETING



**Pénéga**  
Valeant  
*Brochure Patient Benzacilin*



**Imprimerie Dalou**  
Palais des Congrès  
*Boîte de chocolats (style calendrier de l'aveugle)*



**Imprimerie Pub Cité**  
Plancher 2000  
*Catalogue de produits*



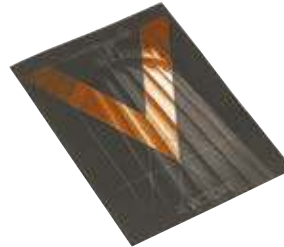
**Imprimerie Pub Cité**  
Groupe Cholette  
*Brochure Cité Cosmo*



**Imprimerie Pub Cité**  
Ville de Saint-Constant  
*Carte de la Bibliothèque*



**BuroPro**  
Caisse Desjardins des Bois-Francs  
*Dépliant Taux hypothécaires*



**PDI**  
Red Fox  
*Brochure Victoire*



**PDI**  
Joseph Ribkoff  
*Catalogue Joseph Ribkoff*



**Imprimerie Contact**  
Sélect Vins  
*Cahiers promotionnels « Louis XIII »*



**Précigrafik**  
Précigrafik  
*Savoir impressionner*



**Nap-Art Imprimeurs**  
Nap-Art Imprimeurs  
*Livret Nap-Art Imprimeurs*

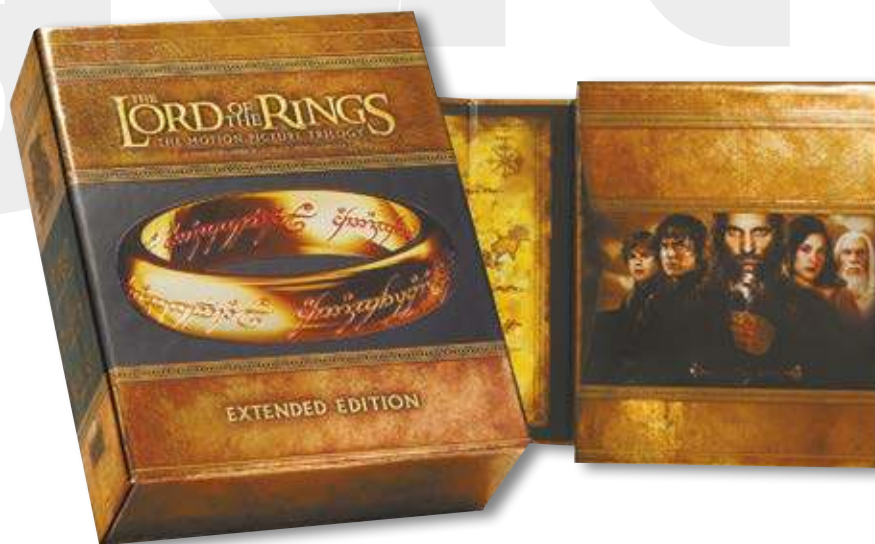


**Imprimerie L'Empreinte**  
Atex Business Forms  
*Catalogue Opus*



**Imprimerie L'Empreinte**  
Draft FCB  
*Air Canada MLL Pass*

# GAGNANT DÉFI TECHNIQUE CATÉGORIE EMBALLAGE



Dans la création de ce magnifique emballage cartonné, l'un des défis était de recréer le plus fidèlement possible une texture de métal vieilli propre à l'atmosphère de la prestigieuse saga *Le Seigneur des Anneaux*. L'utilisation de l'estampage et l'ajout d'un embossage en registre sur une grande surface comportaient un défi supplémentaire et se devaient d'être d'une grande précision. Une quête menée à bien par les artistes de l'ennoblissement bien de chez nous, au Québec ! La qualité du rendu nous plonge dans l'univers du fantastique.

## Stylex 3D

TC Transcontinental Ross Ellis : *Lord of the Ring Extended Edition*

Procédé d'impression : Embossage/Texture

Support d'impression : 160M Foil Stock

## FINALISTES



### Pazazz

Broue Alliance  
*5 Litres Bag in the Box*



### Gravure Choquet

Produlith  
*Orpailleur : Vin de glace*

## PARTICIPANTS



### Au Point Reprotech

Illustration Québec  
*Emballer la Pub*



### Emballages Net Pak

Jubilant  
*Boîte Monistat*



### Emballages Net Pak

Dr Miracle  
*Dr Miracle Envirobox*



### Emballage Roda

Éconopac  
*Cartouche-Fibre MAPEI*



### Imprimerie L'Empreinte

Aldo Group  
*Boitier Half Size kits*

Tiré à part magazine Qi - Québec imprimerie numéro 29 - avril 2012 tous droits réservés ©  
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : [www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement](http://www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement).

# GAGNANT DÉFI TECHNIQUE CATÉGORIE ÉTIQUETTE



**Gravure Choquet** Lowe-Martin Group :  
*Poste Canada : Année du serpent*

Procédés d'ennoblissement : Estampage, gaufrage, perforation  
Support d'impression : Papier sécuritaire gommé, Tullis Russell 80lb

Cette production exceptionnelle qui cadre bien avec la série des 12 signes de l'horoscope chinois en cours met en évidence l'aspect sinueux du serpent.

D'une part, le feuillet de 25 timbres a été décoré par un estampage transparent subtil représentant le serpent et l'eau. L'estampage transparent couvre la surface entière du feuillet. Le gaufrage multi-niveau, quant à lui, couvre la moitié de la surface du timbre. Si vous portez une attention particulière, vous retrouverez une fine texture représentant les écailles du serpent.

D'autre part, le feuillet souvenir est encore plus impressionnant quant à la réalisation du gaufrage. Nous avons réussi à créer un effet de superposition incroyable et nous avons ajouté une dorure agissant en tant que reflet de brillance dans les écailles et la crête du dos.

## FINALISTES



**Étiquettes Multi-Color**  
Kruger Vins et Spiritueux  
*Sortilège Crème*



**Étiquettes Multi-Color**  
Constellation Canada  
*Hémisphère Italie*

## PARTICIPANTS



**Étiquettes Multi-Color**  
Constellation Canada  
*Le Clos Jordanne Reserve*



**Étiquettes Multi-Color**  
Constellation Canada  
*JT Black Reserve*



**Imprimerie Ste-Julie**  
First Nations Maple Winery  
*Sevillant*



**Imprimerie Ste-Julie**  
Jardins de Métis  
*Tartinades et Miel*



**Imprimerie Luso Flex**  
UV Tech  
*Chlorine 20L*



**Imprimerie Ste-Julie**  
Amaro  
*Bouteille d'eau 1L*



**Imprimerie Luso Flex**  
Truffes Belges  
*3 saveurs 300g*



**Imprimerie Luso Flex**  
Ville de Montréal  
*Montréal*

# GAGNANT DÉFI TECHNIQUE CATÉGORIE AFFICHAGE



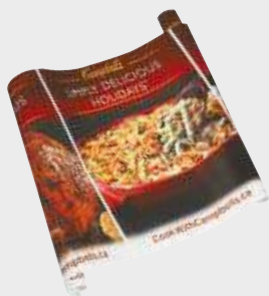
Le projet : créer une énorme mosaïque d'acier mesurant 25 pieds par 16 pieds, le tout en 20 morceaux ! Le défi est surtout technique : l'impression sur l'acier. La couleur doit être d'une constance absolue d'une plaque à l'autre afin d'assurer l'uniformité visuelle du message véhiculé. Le registre est d'une importance primordiale vu la proximité des 20 pièces qui sont décalées de quelques centimètres à peine. Des ouvertures sont également pratiquées dans certaines plaques, permettant ainsi de voir les quatre grands téléviseurs présents au mur. L'autre grand défi de cette réalisation est dans l'assemblage et l'installation des différentes pièces de la murale, créant l'attraction principale dans le majestueux hall d'entrée du journal *La Presse*, à Montréal.

**Flash Graphix** P&R Construction : *Hall d'entrée La Presse, rue Saint-Laurent*

Procédé d'impression : numérique : Jet d'encre UV

Support d'impression : Acier

## FINALISTES



**Promoflex International**  
Campbell's  
*Festive Basewrap*



**Promoflex International**  
Molson Coors  
*Canadian Coors NHL Hockey*

## PARTICIPANTS



**MP Reproductions**  
Plafond Tendu New Concept  
*Lanterne Casino*



**Étiquettes Multi-Flex**  
Combo Montréal  
*Boris nouveau format 330 ml*



**Imprimerie L'Empreinte**  
Mise sur toi  
*Sous-verre Le jeu doit rester un jeu*

Tiré à part magazine Qi - Québec imprimerie numéro 29 - avril 2012 tous droits réservés ©  
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : [www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement](http://www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement).

# Indeero



## CATÉGORIES

ÉDITION

.....

COMMUNICATION D'ENTREPRISE

.....

MARKETING

.....

EMBALLAGE

.....

ÉTIQUETTE

.....

AFFICHAGE

## VOLET DÉFI INNOVATION

Ils ont osé aller plus loin, et ont réalisé un imprimé révolutionnaire par son design, ses matières premières, son processus de fabrication, sa forme ou son usage.



### Critères d'évaluation du volet Défi Innovation 2012-2013

Qualité générale	25%
Qualité technique	10%
Apparence générale	15%
Innovation	50%



### QUALITÉ GÉNÉRALE

- Qualité de la pièce par rapport aux autres
- Registre d'impression
- Uniformité des couleurs
- Finition (registre, qualité de la finition)
- Complexité de la pièce

### APPARENCE GÉNÉRALE

- Création et design
- Qualité photo
- Choix du support d'impression
- Mise en valeur des procédés d'ennoblissement

### DÉFI INNOVATION

- Description du défi innovation
- Processus de fabrication
- Usage du produit
- Considération environnementale
- Audace et créativité
- Nouveauté

## GAGNANT DÉFI INNOVATION CATÉGORIE ÉDITION



**IntraMédia** (div. de Datamark Systems) Sid Lee : *SAQ Le courrier vinicole Vallée du Rhone*

Procédé d'impression : Offset

Supports d'impression : 160m Couverture Cougar Lisse et 140m Cougar lisse (intérieur)

Réaliser cette brochure de deux cahiers de 20 pages plus couverture, comportant une reliure spéciale en forme de Z, a été tout un défi.

Utilisant la quadrichromie en plus de deux couleurs spéciales PMS et un double encrage de noir, le projet comportait également un estampage à chaud clair, sur les couvertures.

Constituée de deux noirs solides sur toutes les pages, l'encre occasionnait des problèmes pour le séchage et le registre pour les textes en renversé. De plus, le client ne voulant aucun vernis, le choix de l'encre était déterminant pour le séchage.

Les équipes de pressiers ont dû redoubler de prudence pour éviter le maculage tout au long du travail et garder un registre parfait. Le résultat donne une brochure spectaculaire.

## GAGNANT DÉFI INNOVATION CATÉGORIE COMMUNICATION D'ENTREPRISE



**Danlco Impressions** Danlco Impressions : *Cartes de souhaits de Noël*

Procédé d'impression : numérique : Grand format

Support d'impression : Styrène 60 mil

Souhaitant promouvoir ses services, tels que l'impression numérique grand format et la découpe numérique CNC, Danlco Impressions a rapidement développé le projet d'une carte de souhaits à l'image du temps des Fêtes. Imprimée en jet d'encre sur un support en styrène de 60 millièmes, ce qui représente un défi en soi, cette carte hors série démontre tout le savoir-faire et l'imagination de l'équipe.

Grâce à la découpe numérique CNC, les deux pièces nécessaires à l'assemblage du sapin ont été créées. Les découpes décoratives supplémentaires agrémentent le tout et démontrent la précision de certains détails. Le résultat, une pièce originale, a permis de démontrer qu'il n'y a pas de limite à notre imagination.

## GAGNANT DÉFI INNOVATION CATÉGORIE MARKETING



Format ouvert : 63,5 x 21 po

**TC Transcontinental St-Hyacinthe** Uniprix : *Panoramax*

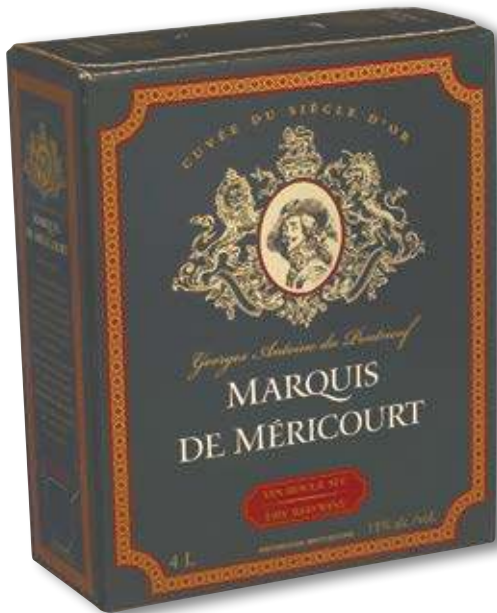
Procédé d'impression : Web offset  
Support d'impression : Alternate Offset 45lb

Cet encart panoramique mesurant 63,5 x 21 po est unique sur le marché. Imprimé recto verso en quadrichromie, il est constitué d'une double page à pli portefeuille et comporte quatre panneaux repliés en ligne pour un format fini de 16 x 10,5 po.

Ce produit a été réalisé à l'aide d'un pli double rabat installé sur les presses Goss C-700 et KBA Compacta de 66 po haute performance. Le défi était de transformer la pleine grandeur de la bande de papier dans un format de double rabat sans avoir à ajouter de support mécanique ou pneumatique additionnel au module de pliage, sans réduction de la vitesse maximale (90 000 copies à l'heure) et sans augmenter la gâche et le temps de mise en train.

Le Panoramax démontre tout à fait l'innovation !

## GAGNANT DÉFI INNOVATION CATÉGORIE EMBALLAGE



**Emballages Net Pak** Maison des Futailles : *Boîtes Marquis de Méricourt*

Procédé d'impression : Offset  
Support d'impression : Carton ondulé spécialement créé pour cette application

Ce carton est traditionnellement fait en laminant une feuille imprimée sur un carton ondulé. L'entreprise a développé un carton ondulé de 55 pt et a modifié le processus d'impression pour pouvoir imprimer en quadrichromie avec un vernis ultraviolet brillant, directement sur le support flûté sur une presse offset.

Le pliage ne présente aucune fissure sur les arêtes, un résultat difficile à obtenir aux plis de plus de 90 degrés. L'estampage à chaud a été développé en collaboration avec Gravure Choquet. La matrice a été conçue afin d'obtenir un haut niveau de détail jamais atteint sur ce nouveau matériel ondulé. Le type de bande métallisée utilisée a également fait l'objet d'une spécificité propre afin de pouvoir convenir à la fois au support et au type de vernis. Le résultat est exceptionnel !

## GAGNANT DÉFI INNOVATION CATÉGORIE ÉTIQUETTE



Le défi consistait à produire cette étiquette avec une bordure Deckle Edge, ou fini barbé, sur un support en rouleau autocollant. L'entreprise a travaillé étroitement avec ses fournisseurs pour la fabrication de ce papier. Les détails du contour des ailes devaient être découpés afin de donner l'impression d'un papillon qui s'élanche hors de l'étiquette. Il fallait, après l'impression, trouver une façon de retirer l'excédent de découpe en gardant le support papier retenu sur un seul côté de la bande déroulante. Le tout a été produit en ligne, en une passe, sur presse Gallus. Le résultat final démontre bien le sens de l'innovation !

**Étiquettes Multi-Color** Burn Stewart : *Angostura Papillon*

Procédé d'impression : Flexographique

Support d'impression : Avon Brillant White Felt Deckle

## GAGNANT DÉFI INNOVATION CATÉGORIE AFFICHAGE



La bannière était auparavant imprimée de façon numérique en Chine. Le client souhaitait réduire ses délais de livraison et les coûts liés à la distance. L'entreprise a donc proposé une bannière imprimée sur support synthétique (MXM 6 pt) sur la presse KBA Rapida de 56 po de largeur. En utilisant des encres UV en quadrichromie sur un support synthétique, le temps de séchage est quasi instantané. Avec une linéature de 250 lignes, l'image est sublimée.

Tout le processus de finition (coudre, œillets et mise en tube) est fait sur place, réduisant les délais de livraison. Le client fut plus qu'impressionné par la qualité du produit, son coût et le délai de production. Une alternative innovante qui a porté ses fruits !

**Pazazz** Precision : *Fysh MXM*

Procédé d'impression : Offset UV

Support d'impression : MXM 6 pt

# PARTICIPANTS **INNOVATION** – TOUTES CATÉGORIES



**Emballages Roda**  
Éconopac  
Cartouche-fibre, étiquette HD Litho



**Flash Graphix**  
Fameloft  
Fameloft cabine photo



**Imprimerie Élite**  
Imprimerie Élite  
Porte-folio



**Imprimerie Élite**  
Imprimerie Élite  
Calendrier de table



**Imprimerie Précigrafik**  
Imprimerie Précigrafik  
Cette année fêtez en grand!



**MP Reproductions**  
Contech  
Trophée Contech



**Pazazz**  
Lacroix Verger et Cidrie  
Boîtes de cidres



**Pazazz**  
Pazazz  
Le Vieux-Montréal à l'aube



**Pazazz**  
Montreal Wedding Planner  
Montreal Wedding Magazine



**PDI**  
PDI  
Carte Thank you



**PDI**  
PDI  
Carte de Noël 2012



**PDI**  
PDI  
Explorez PDI



**Reliure RSP**  
Reliure RSP  
Agenda Reliure RSP 2013



**Repro-UQÀM**  
Projet IMAGE  
La grue promotionnelle



**Stylex 3D**  
Nour & Christopher Persechino  
Invitation de mariage



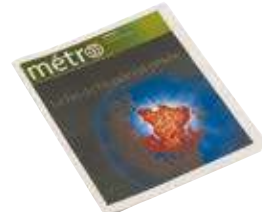
**TC Transcontinental Interweb**  
Spafax Canada  
Air Canada 75<sup>e</sup> anniversaire



**TC Transcontinental Québec**  
Métro  
Le petit livre d'une grande marque



**TC Transcontinental Transmag**  
Les Affaires  
Édition du 22 décembre 2012



**TC Transcontinental Transmag**  
Métro Montréal  
Édition du 20 décembre 2012

Tiré à part magazine Qi - Québec imprimerie numéro 29 - avril 2012 tous droits réservés©  
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : [www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement](http://www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement).

# PARTENAIRES ET MEMBRES DU COMITÉ

André Goyette	Imprimerie Contact	Jean Gobeil	Spicers
Andrée-Anne Sauvé	Factorie l'agence	Luc Janson	Imprimerie L'Empreinte
Bruno Laplante	Impression Paragraph	Lucie Benoit	Dieco
Christian Barbe	Consultant	Martin Houle	Nap-Art Imprimeurs
Donald Simard	TC Transcontinental	Mélissa Goulet	Imprimerie Contact
Émilie Chrétien	Imprimerie Contact	Michel Beaulieu	Heidelberg Canada
Éric Couture	Xpression Num.Eric	Michel Desnoyers	Prétexte communications
Hélène Pageau	Institut des communications graphiques du Québec	Pierre Bellefeuille	Au Point Reprotech
		Robert Legal	Collège Ahuntsic



Production :

Factorie l'agence




9

.....

## PRÉPAREZ-VOUS AU GALA GUTENBERG 2014 !

les détails à venir : [www.icgq.qc.ca](http://www.icgq.qc.ca)

.....



# MERCI À NOS COMMANDITAIRES :

## PLATINE



## OR



## ARGENT



## BRONZE



## TABLEAU DES PARTICIPANTS

**Quelle belle récolte !** Nous énumérons ci-dessous les entreprises ayant participé au nouveau Concours, résumant le reportage photographique des pages précédentes.

La participation au Concours Gutenberg témoigne de la qualité réalisée dans toutes les régions du Québec. Continuez de participer en grand nombre afin de contribuer à l'épanouissement des compétences au-delà de nos frontières et de vous faire mieux connaître.

Au Point Reprotech	Imprimerie Ste-Julie
BuroPro	IntraMédia (div. de Datamark Systems)
Danalco Impressions	Les Impressions Stampa
Emballage Roda	MP Reproductions
Emballages Net Pak	Nap-Art Imprimeurs
Étiquettes Multi-Color	Pazazz
Étiquettes Multi-Flex	PDI
Flash Graphix	Pénéga Communication
Gravure Choquet	Précigrafik
Imprimerie Contact	Promoflex International
Imprimerie Dalou	Repro-UQÀM
Imprimerie du Progrès	Reliure RSP
Imprimerie Dumaine	Reprografic
Imprimerie Élite	Stylex 3D
Imprimerie F.L. Chicoine	TC Transcontinental Interweb
Imprimerie Filigrane	TC Transcontinental Québec
Imprimerie L'Empreinte	TC Transcontinental St-Hyacinthe
Imprimerie Luso Flex	TC Transcontinental Transmag
Imprimerie Pub Cité	

## FÉLICITATIONS !

L'équipe de Qi – Québec imprimerie est fière de souligner le talent des professionnels de la chaîne graphique qui se sont distingués lors de l'édition 2013 du Concours Gutenberg.



Partenaire média du Gala Gutenberg 2013

# FAITES BONNE IMPRESSION SANS LAISSER DE TRACES.

LES PAPIERS  
ROLLAND ENVIRO100.

**100%**  
FIBRES  
RECYCLÉES.

**0**  
COUPE  
D'ARBRES.



ROLLAND  
**ENVIRO100**<sup>MC</sup>

Le choix écologique par excellence pour tous vos imprimés.

PAPIERS

CASCADES.COM

[www.cascades.com/papiers](http://www.cascades.com/papiers)

**Cascades**

VERT DE NATURE<sup>®</sup>

# AQII

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE  
DE L'INDUSTRIE DE L'IMPRIMÉ

## Rassemblons nos AQII

### Mot du président

À titre de président, j'ai l'honneur de vous présenter l'Association québécoise de l'industrie de l'imprimé. Je suis impatient de voir l'expansion que prendra l'Association et je serai heureux d'accueillir chaque nouveau membre qui partage notre intérêt commun au sein de notre organisation.

Créée au mois de novembre 2012, l'Association a pour but de regrouper des professionnels de la communication imprimée du Québec, et nous avons pour mission de rassembler l'industrie québécoise de l'imprimé et la promouvoir auprès du grand public, des gouvernements et des institutions, notamment en matière de développement durable, d'éducation, de formation de la main-d'œuvre, de santé et de sécurité au travail.

### Les mandats que nous nous sommes fixés sont les suivants :

- Faire la promotion de l'industrie de l'imprimé à tous les niveaux
- Organiser et soutenir le Gala Gutenberg
- Organiser et soutenir la Grande Campagne de sensibilisation de l'industrie de l'imprimé
- Assurer la représentation des membres producteurs en nommant des délégués auprès des organismes dédiés à notre industrie (ex. : CSMO, ASP, ICGQ, ATFFEQ) par le réseautage, la visibilité ou autres moyens de communication ; être un outil de promotion pour l'achat local de l'imprimé ; représenter notre industrie auprès des différents paliers de gouvernement
- Être un levier pour promouvoir les besoins en formation auprès des autorités concernées ; sensibiliser nos gens à l'importance de rehausser les niveaux de qualité et de compétence nécessaires pour assurer la santé et la pérennité de notre industrie
- Faire un réseautage entre membres pour un partage des savoirs québécois

Tous les membres actuels et futurs sont appelés à contribuer à la richesse de l'Association. Vos suggestions de même que vos interrogations seront traitées avec une attention particulière.

L'AQII désire féliciter tous les participants et gagnants du Gala Gutenberg 2013. Bravo! Grâce à votre participation, l'imprimerie évolue et se perfectionne sans cesse.

Au plaisir de vous accueillir comme membre de l'AQII!



Denis Leftakis

### Mots des membres du CA

L'importance de créer l'AQII venait du fait que l'industrie québécoise de l'imprimé devait se rassembler et se concerter pour promouvoir un message commun sur les enjeux actuels tels que l'innovation, la formation et le développement durable!

Donald Simard, P. ENG

L'imprimerie est une passion pour moi, et je m'en fais un devoir de promouvoir notre secteur d'activité, qui est indispensable au monde des communications graphiques.

Nancy Moisan

Il faut démontrer que les gens qui croient que nous devrions vivre dans un monde sans papier pour sauver nos forêts font fausse route. Au contraire, au 21<sup>e</sup> siècle, sans but économique, réel et solide, nos forêts disparaîtront et seront remplacées par des sphères industrielles, agricoles et d'habitation. Si la demande pour le papier et le carton est grande, plus d'arbres seront plantés.

Dominique Girard



Les membres du conseil d'administration proviennent de toutes les sphères d'activité de l'industrie de l'imprimé. Ceux-ci, avec leur bagage d'expériences et leurs connaissances, ont voulu participer sachant qu'il est crucial de se rassembler et de se concerter pour promouvoir un message commun sur les enjeux actuels. Les membres, qu'ils soient fabricants, générateurs de contenu ou fournisseurs, ont le réel désir d'aider au développement de cette toute nouvelle association!

### Membres du CA :

Yves Audet (Au Point Reprotech), Gilles Blais (Imprimerie Précigrafik), Yolande Cartier (Les Éditions Rogers), Anne Groleau (MD International), Chantal Vallée (Spicers, division de Paperlinx Canada), Jacques Latreille (Taxi), Danny Lynch (Elopak Canada), Jamie Barbieri (PDI), Luc Janson (Imprimerie L'Empreinte), Hélène Pageau (ICGQ), Dominique Girard (Les Papiers Atlas), Nancy Moisan (Imprimerie Moderne de Beauce), Donald Simard (TC Transcontinental), Martin Lépine (Impression Paragraph)

# HOMMAGE à Michel Cliche



Les coprésidents patronal et syndical du Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec et l'équipe du siège social vous informent avec beaucoup d'émotions le décès de monsieur Michel Cliche, directeur général du Comité sectoriel.

M. Cliche est décédé naturellement le 1<sup>er</sup> octobre 2012. Il a œuvré à titre de directeur général du Comité sectoriel pendant près de 12 ans. Il a permis de développer une organisation professionnelle, structurée et vue comme un interlocuteur majeur dans le monde des communications graphiques. Nous désirons exprimer notre profonde reconnaissance pour sa remarquable contribution au bien-être du Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec.



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

**tc** • MEDIA  
SERVICES PRÉMÉDIA

inspire  
motive  
fidélise  
la clientèle

PRODUCTION GRAPHIQUE  
Mise en page  
Révision  
Retouche et numérisation

SERVICE CRÉATIF  
Conception  
Adaption

PHOTOGRAPHIE / VIDÉO  
Éditorial  
Commercial

SERVICE À LA CLIENTÈLE  
Expertise  
Professionalisme

TECHNOLOGIE DE POINTE  
Gestion de contenu  
Approbation en ligne  
Automatisation  
Gestion de la couleur

1500, boul. Jules-Poitras, Ville Saint-Laurent  
514.334.8420 www.tc.tc

# ASP IMPRIMERIE

## L'ingéniosité au service de la création et de la prévention

SAVOIR SE DÉMARQUER

**E**n imprimerie, le travail bien fait tout comme le travail réalisé de façon sécuritaire méritent d'être soulignés, et ils le sont grâce au Concours Gutenberg et au Prix graphiprévention.

Au cours de ses 30 années d'existence, le Concours Gutenberg a permis à bon nombre d'entreprises du secteur de l'imprimerie de faire valoir leur capacité à relever des défis techniques pour réaliser de magnifiques productions. Bravo à toutes les entreprises qui, au fil des ans, ont su se démarquer!

À travers le Prix graphiprévention, créé par l'ASP imprimerie, les entreprises ont la possibilité de démontrer leur ingéniosité en prévention pour se doter d'un milieu de travail encore plus sécuritaire.

Lancé en 1989, le Prix graphiprévention a pour but de mettre en évidence la réalisation d'idées de prévention dans les entreprises du secteur imprimerie et activités connexes. Décerné annuellement, ce prix est une occasion de partager les bonnes pratiques en prévention et de rendre hommage aux personnes qui, par leur ingéniosité et leur savoir-faire, contribuent à l'amélioration des conditions de santé et de sécurité dans leur milieu de travail. Qu'il s'agisse d'idées se rapportant à l'ergonomie, à la sécurité des machines, aux produits chimiques, à l'hygiène ou à la gestion de la prévention, toutes les initiatives réalisées de façon paritaire et ayant contribué de façon significative au contrôle et à l'élimination d'un risque, à l'amélioration de la santé et la sécurité au travail ou de la qualité de vie au travail se

qualifient pour le Prix graphiprévention. Les idées de prévention sont évaluées en fonction de différents critères, qui tiennent compte du niveau de prise en charge de la prévention, de la façon dont la réalisation a été mise en œuvre, de la participation paritaire, de la complexité de la réalisation, de l'ingéniosité démontrée, de l'universalité d'application, de la contribution à la prévention et de son rayonnement.

Par la mise en place de leurs idées de prévention, les entreprises font la démonstration que prévention et production peuvent aller de pair. De 1986 à 2012, près de 120 idées de prévention ont été présentées de façon paritaire par les entreprises et publiées par l'ASP imprimerie. La plupart d'entre elles sont accessibles sur notre site Web, [www.aspimprimerie.qc.ca](http://www.aspimprimerie.qc.ca), sous la section Idée de prévention.

Les bonnes idées, que ce soit en création ou en prévention, ont avantagé à être «re»connues, puisqu'elles sont une source d'inspiration à plus d'un titre.

Lors de son Assemblée générale annuelle, qui aura lieu le 10 mai prochain, l'ASP imprimerie soulignera la 25<sup>e</sup> édition du Prix graphiprévention par le lancement d'une brochure présentant les récipiendaires de ses 25 ans.

Le Prix  
graphiprévention :  
pour partager les  
bonnes pratiques  
en prévention



**Denise Laganière**

*Par ses activités de formation, de conseil et d'assistance et par ses différentes publications, l'Association paritaire de santé et de sécurité du travail, secteur imprimerie et activités connexes, connue sous le nom d'ASP imprimerie, cherche à susciter et à faciliter la prise en charge de la prévention au sein des entreprises du secteur.*

# DIG

Le dictionnaire  
de l'industrie graphique

## Découvrez le nouveau volet du **Dictionnaire de l'industrie graphique :** **l'impression offset!** Bonne navigation!

Procédé  
offset?



Aussi disponible en copie papier :



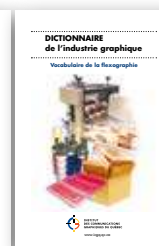
**NOUVEAU!**  
Vocabulaire de l'offset



Vocabulaire  
du préresse



Vocabulaire  
de l'impression  
numérique



Vocabulaire de  
la flexographie

Plus de 600 termes de l'offset définis accompagnés de leurs synonymes, leurs équivalents et leurs synonymes anglais s'ajoutent aux 2 000 termes déjà présents. Lieu commun de terminologie, le DIG vous offre un contenu à jour et validé par plusieurs experts de l'industrie graphique.

En quelques clics, vous pouvez désormais accéder à plus de 2 600 termes techniques en français et en anglais, répertoriés dans les domaines de la flexographie, du préresse, de l'impression numérique et, dorénavant, de l'impression offset.

Pour y accéder : [www.icgq.qc.ca/dictionnaire](http://www.icgq.qc.ca/dictionnaire)

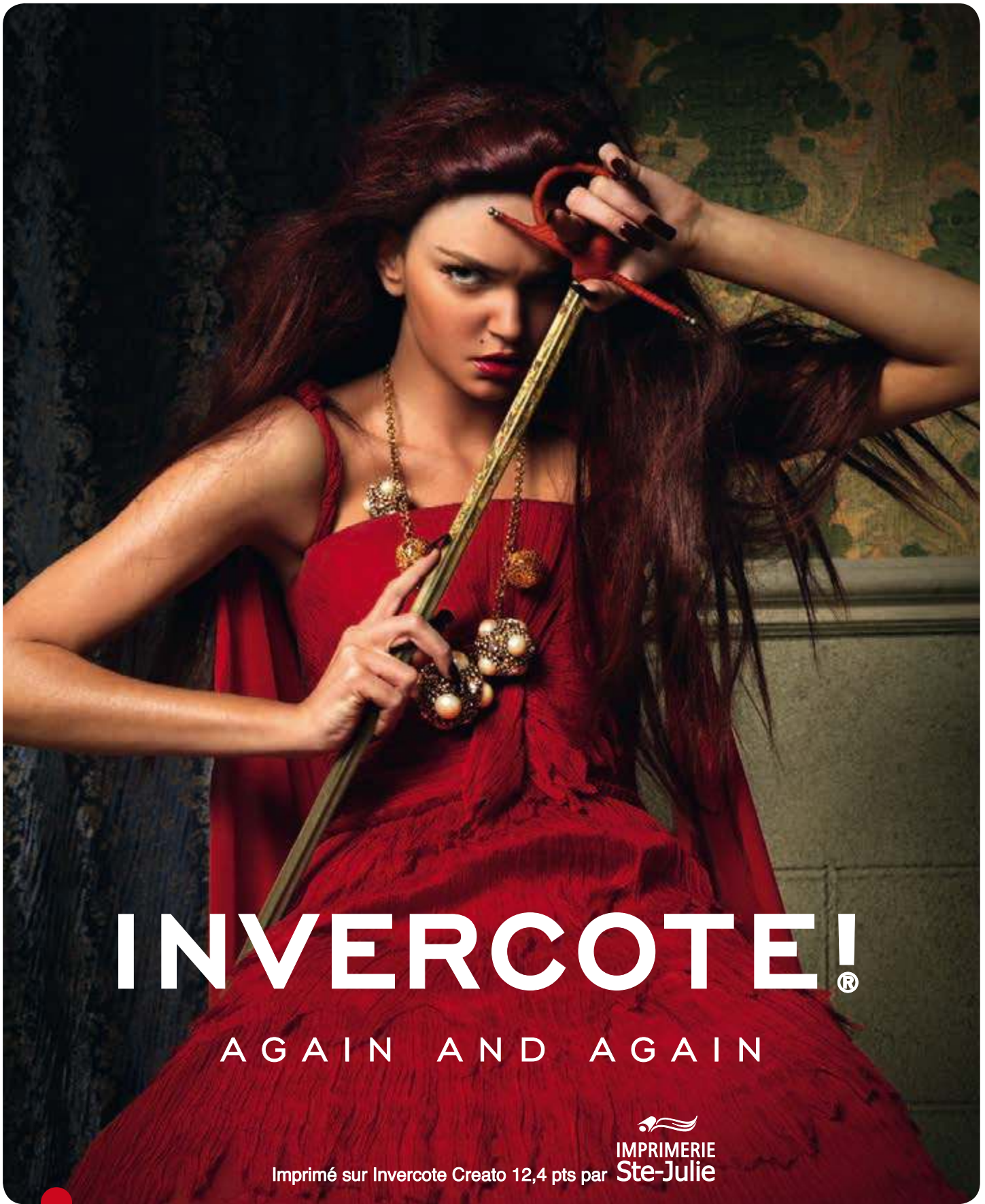
Le Vocabulaire de l'offset est commandité par



Les dictionnaires sont réalisés grâce à une contribution financière de l'Office québécois de la langue française



En collaboration avec la terminologue et traductrice France Brodeur



# INVERCOTE!®

AGAIN AND AGAIN

Imprimé sur Invercote Creato 12,4 pts par  **IMPRIMERIE Ste-Julie**

Une exclusivité de



Biodégradable et compostable, certifié FSC, FDA.

Montréal  
Courriel: [commandes.montreal@spicers.ca](mailto:commandes.montreal@spicers.ca)  
Tél: 514 356 3800

Québec  
Courriel: [commandes.quebec@spicers.ca](mailto:commandes.quebec@spicers.ca)  
Tél: 418 658 0116

Tiré à part magazine Qi - Québec imprimerie numéro 29 - avril 2012 tous droits réservés©  
Abonnez-vous au magazine gratuit de l'industrie graphique : [www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement](http://www.qi-quebecimprimerie.com/abonnement).