

13

COMMUNICATIONS ET DOCUMENTATION

INFOGRAPHIE EN PRÉIMPRESSION

ÉTUDE PRÉLIMINAIRE

la **FORMATION**
PROFESSIONNELLE et
TECHNIQUE

Québec 

COMMUNICATIONS ET DOCUMENTATION

INFOGRAPHIE EN PRÉIMPRESSION

*ÉTUDE
PRÉLIMINAIRE*

**Gouvernement du Québec
Ministère de l'Éducation, 1996 — 96-0170**

ISBN : 2-550-30159-5

Dépôt légal — Bibliothèque nationale du Québec, 1996

ÉQUIPE DE PRODUCTION

L'étude préliminaire en Infographie en préimpression a été produite par les personnes suivantes :

Recherche et rédaction

Monic Delorme
Agente de recherche

Coordination du projet

France Bergeron

Éditique

Hélène Trudel

Révision linguistique

Sous la responsabilité des
Services linguistiques du Ministère

Responsabilité du secteur

Janine Gomet
Communications et documentation
Direction générale de la formation
professionnelle et technique

REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier les personnes-ressources de chacune des entreprises consultées pour leur précieuse collaboration au cours de l'élaboration de cette étude sur les fonctions de travail en préimpression.

Dans le présent document le masculin est utilisé sans aucune discrimination et uniquement dans le but d'alléger le texte

La présente étude a été commandée par la Direction des programmes de la Direction générale de la formation professionnelle et technique du ministère de l'Éducation.

Elle se veut être un outil de consultation et de référence pour les personnes chargées de la définition et de l'élaboration des programmes de formation en communications graphiques.

Il convient de préciser d'abord ici les buts de cette étude ainsi que le champ d'exploration que nous avons voulu traiter :

- faire le portrait de la main-d'oeuvre dans ce domaine;
- faire la distinction entre les fonctions de travail des graphistes, des infographistes; des infographes et des infograpeurs;
- analyser la formation actuelle;
- cerner les besoins de la formation souhaitée.

Par contre, cette étude n'avait pas pour objectifs de :

- cerner les besoins qualitatifs de main-d'oeuvre;
- cerner les besoins quantitatifs de main-d'oeuvre;
- pointer les écarts entre les acquis de formation de la main-d'oeuvre à l'emploi ainsi que les besoins de formation exigés pour l'application des nouveaux procédés de travail et l'utilisation des équipements de dernière génération;
- cerner l'évolution possible des procédés de travail et des emplois qui s'y rattachent.

Compte tenu de l'incroyable évolution de ces procédés, il fut décidé d'inventorier plutôt, dans un laps de temps assez court (l'étude a été menée entre le 1^{er} mai 1994 et le 30 juin de la même année), les fonctions de travail existantes dans les entreprises de préimpression au Québec.

Il fut aussi convenu que les actes professionnels dans chacune des sphères d'activités ainsi que les responsabilités inhérentes à chaque fonction de travail seraient relevés et consignés ultérieurement, au cours des ateliers d'analyse des fonctions de travail (atelier d'AST).

Janine GomeI
Responsable du secteur
Communications et documentation

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	11
La préimpression, un monde en constante évolution.....	11
Qu'est-ce que l'infographie?.....	16
Méthodologie.....	17
1. Qui sont les infographistes?.....	19
1.1. Les graphistes	19
1.2. Les infographistes.....	19
1.3. Les infographes.....	19
1.4. Les infogreveurs.....	20
2. Les petites entreprises en préimpression	21
2.1. Profil de la petite entreprise en préimpression.....	21
2.2. Le personnel.....	21
2.1.1. L'environnement de travail.....	22
2.3. Les fonctions de travail en infographie.....	22
2.3.1. Les infographistes.....	22
2.3.2. L'infographe.....	24
2.3.3. Les conditions salariales.....	24
2.4. La formation actuelle dans les petites entreprises.....	24
2.4.1. La formation scolaire	24
2.4.2. Les lacunes observées	24
2.4.3. Le perfectionnement.....	25
2.4.4. La formation souhaitée.....	24
2.5. Les critères d'embauche.....	26

3. Les moyennes entreprises en préimpression	27
3.1. Profil de la moyenne entreprise en préimpression	27
3.1.1. Les services-spécialités.....	28
3.2. Le personnel.....	28
3.2.1. L'environnement de travail.....	28
3.3. Les fonctions de travail en infographie.....	28
3.3.1. Les graphistes.....	29
3.3.2. Les infographistes.....	30
3.3.3. Les infographes.....	30
3.3.4. Les typographes.....	30
3.3.5. Les infogreveurs.....	31
3.3.6. Les conditions salariales.....	31
3.4. La formation actuelle dans les moyennes entreprises.....	32
3.4.1. La formation scolaire.....	32
3.4.2. Le perfectionnement.....	32
3.4.3. La formation souhaitée.....	32
3.5. Les critères d'embauche.....	34
3.5.1. Les infographistes.....	34
3.5.2. Les infographes.....	34
3.5.3. Les infogreveurs.....	35
3.6. Les difficultés d'embauche.....	35
4. Les grandes entreprises en préimpression	37
4.1. Profil de la grande entreprise en préimpression.....	37
4.1.1. Les services-spécialités.....	37
4.2. Le personnel.....	38
4.2.1. L'environnement de travail.....	38
4.3. Les fonctions de travail en infographie.....	38

4.3.1. Les graphistes.....	39
4.3.2. Les infographistes.....	40
4.3.3. Les infographes.....	41
4.3.4. Les infogreveurs.....	42
4.3.5. Les conditions salariales.....	42
4.4. La formation actuelle dans les grandes entreprises.....	43
4.4.1. La formation scolaire.....	43
4.4.2. Le perfectionnement.....	43
4.4.3. La formation souhaitée.....	43
4.4.4. Les lacunes observées.....	44
4.5. Les critères d'embauche.....	44
5. Points de vue des personnes travaillant en préimpression.....	45
5.1. Le point de vue d'un typographe d'une moyenne entreprise spécialisée en typographie.....	45
5.2. Le point de vue d'un graphiste d'une société d'État.....	46
5.3. Le point de vue d'une infographiste d'une grande entreprise en préimpression.....	47
5.4. Le point de vue d'un infographiste en animation d'une petite entreprise d'infographie.....	48
Conclusion.....	49
La préimpression, un monde en transformation.....	49
Références.....	53
Annexe 1 Glossaire.....	55
Annexe 2 Questionnaire.....	71
Annexe 3 Tableau synthèse des entreprises consultées.....	75
Annexe 4 Liste des personnes-ressources de chacune des entreprises consultées.....	79
Annexe 5 Propos recueillis lors des entrevues.....	83

La préimpression, un monde en constante évolution

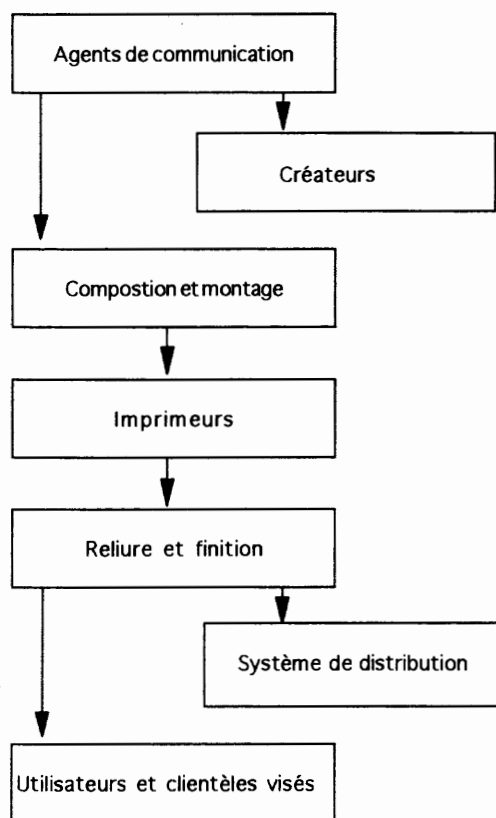
Dans les années 1920, les futurologues avaient peine à imaginer le fonctionnement d'un téléviseur. Cependant, les plus doués d'entre eux se doutaient déjà que cette boîte monopoliserait toute l'attention des générations à venir. Quelques années plus tard, à l'aube de l'an 2000, nous voilà devant placés non plus un simple téléviseur, mais une foule d'appareils plus ou moins complexes (calculatrices, fours à micro-ondes, magnétoscopes, ordinateurs, etc.) visant à nous simplifier la vie... Certains appareils ont atteint cet objectif; d'autres, par contre, nous donnent, juste à les programmer, de sérieux maux de tête!

Si quelques personnes résistent encore, à la maison, à «l'envahisseur technologique», les entreprises, elles, doivent s'adapter rapidement et apprivoiser cette «bête» informatique sous peine de se faire dévorer par la concurrence.

L'imprimerie ne fait pas exception. Au contraire, depuis le XV^e siècle, ce domaine a évolué progressivement en intégrant les découvertes susceptibles d'améliorer son produit imprimé. Monsieur Gutenberg ne se doutait sûrement pas que ses successeurs s'installeraient un jour devant un écran pour produire un journal imprimé... De Gutenberg au Macintosh, l'imprimerie et, par extension, la préimpression ont dû constamment s'adapter aux changements mécaniques et technologiques pour survivre.

La préimpression (composition et montage) et l'imprimerie occupent aujourd'hui une place importante dans le monde des communications. Une étude de Price Waterhouse (mandatée par Emploi et Immigration Canada) sur les ressources humaines dans l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale¹ le démontre (*voir la figure 1*).

1. PRICE WATERHOUSE. *Ressources humaines dans l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale*, Section: Regroupement des professions de la composition et du montage. Emploi et Immigration Canada, 1991, p.10.

Figure 1 Le processus de communications²

La figure 1 illustre ceci : «Un éditeur ou un annonceur (agents de communications) achète, initie ou crée la communication. Puis le créateur, qui peut être un concepteur graphique ou une agence de publicité, conçoit ce qui sera imprimé. On passe ensuite à la composition et au montage (préimpression). Par le passé, cette étape comprenait la composition, les rectifications chromatiques, la pagination et le montage des négatifs. Ensuite venait le processus d'imprimerie proprement dit, c'est-à-dire étaler l'encre sur le papier. Puis, le produit est acheminé à la reliure ou à la finition. Enfin, le produit imprimé est distribué à son public ou à ses utilisateurs. Au cours des dernières années, diverses permutations ont commencé à s'exercer, de sorte que les frontières délimitant ces diverses étapes sont devenues floues. Les entreprises oeuvrant dans l'industrie de l'imprimerie peuvent être intégrées de différentes façons. Par exemple, les ateliers d'imprimerie peuvent offrir des services de composition, de montage, d'imprimerie, ou seulement un ou deux services à la fois, dans d'autres cas, une entreprise peut effectuer sur place tous les travaux sauf l'imprimerie proprement dite, puis confier cette tâche, de même que la finition, à un imprimeur³.»

2. *Op. cit.*, pièce 3, chapitre deux, «Évolution de la compétitivité dans l'industrie de l'imprimerie», p.11.

3. *Op. cit.*, p.10.

Price Waterhouse constate également les faits suivants : «Avec l'arrivée de systèmes d'éditique et de systèmes électroniques de composition et de montage de plus en plus perfectionnés, certains clients et créateurs exécutent eux-mêmes un nombre croissant de travaux de composition et de montage. Certains imprimeurs ont acheté leur propre matériel électronique de composition et de montage, et ils exécutent maintenant des tâches qu'ils auraient confiées auparavant à des sous-traitants. Quelques imprimeurs commerciaux préfèrent exécuter tout le travail, à partir de la composition et du montage jusqu'à la reliure, afin d'exercer un contrôle strict sur tout le procédé. D'autres confieront à la sous-traitance l'une ou l'autre partie des travaux, de manière à offrir au client des services complets sans avoir à agrandir leurs installations de production⁴.»

Dans notre étude, seul le volet «composition et montage», appelé dorénavant «préimpression», est abordé. Ce secteur change, réajuste son mode de fonctionnement interne. Les fonctions de travail du personnel sont affectées par tous ces bouleversements, car devant les ordinateurs, il y a des *opérateurs...*, lesquels peuvent être plus ou moins spécialisés selon les besoins particuliers de l'entreprise. Certains d'entre eux, anciens typographes ou pelliculleurs, etc., ne peuvent se résoudre à se recycler; d'autres, par contre, s'arment de persévérance et se lancent dans l'apprentissage de l'ordinateur et le perfectionnement permanent!

«J'ai perdu mon métier de typographe à cause des changements technologiques (...). J'avais le choix de retourner chez moi ou de m'adapter, avec l'entreprise, au nouvel environnement. Nos clients ont suivi notre évolution. Certains dépensaient chez nous 10 000 \$ en typo, par année; maintenant, ils dépensent la même somme chaque mois pour produire des films couleurs. J'étais membre d'associations de typographes, où je ne rencontrais que des gens découragés; aujourd'hui, je participe à des organisations plus dynamiques, comme la Scitex User Association, où l'on parle de profits, de technologies, d'avenir⁵.»

Les besoins d'une clientèle de plus en plus exigeante en termes de délais d'exécution, plus spécialisée dans une seule étape de la production et souvent moins informée sur le processus complet de l'impression, obligent les entreprises à diversifier leurs services, à informer leurs clients et à perfectionner continuellement leurs employés.

4. *Loc. cit.*

5. LAPRISE, Steeve. *Guide Restructuration des ateliers de prépresse, Un marché cruel*, production imprimée, avril-mai 1994, Montréal, p. 22.

«Le secteur de la composition et du montage subit actuellement d'importants changements technologiques. En raison des pressions concurrentielles, les entreprises ne pourront se permettre d'ignorer ces changements. Elles devront investir dans ces nouvelles technologies ou former des alliances qui leur permettront d'y accéder⁶.»

Price Waterhouse affirme dans cette même étude : «La principale force qui entraîne les changements technologiques dans le secteur de la composition et du montage a été, et sera toujours, l'adoption étendue des micro-ordinateurs pour effectuer les travaux d'édition. Grâce à cette technologie, les présentations graphiques et les textes sont créés et mis en page en même temps⁷.»

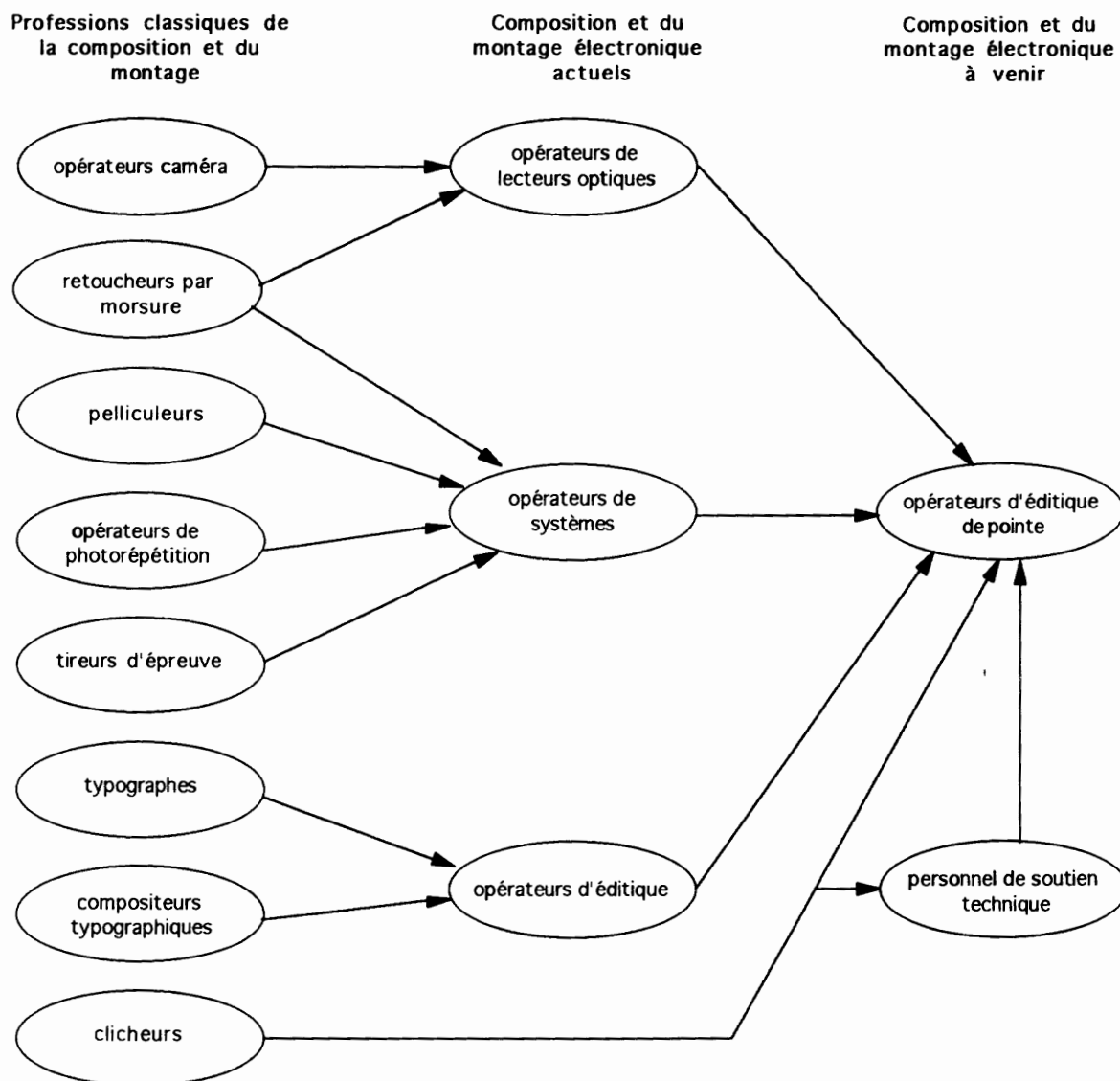
Dans cette étude, on constate aussi que «Les logiciels courants d'édition (comme le Page Maker d'Aldus, le Ventura, le Quark Express et le Adobe Illustrator) permettent au créateur de document d'intégrer des graphiques (...) directement dans le texte. L'écran constitue la maquette de mise en page. Le découpage et le collage des éléments d'une page se font maintenant à l'écran. Les sortes de caractères peuvent être choisis et l'image peut être agrandie ou diminuée selon le besoin. Des lecteurs optiques horizontaux peuvent maintenant convertir des imprimés en signaux électroniques qui peuvent être ensuite à l'écran. L'édition permet d'effectuer des séparations de couleurs, et certaines firmes font leur propre promotion en insistant sur le fait qu'elles possèdent cette technique. Les entreprises dans le secteur de la composition et du montage doivent tenir compte de la vitesse d'évolution de la technologie et être en mesure de moderniser continuellement leurs installations. Elles ne peuvent se permettre de se reposer sur leurs lauriers.»⁸

Comme l'illustre la figure 2, les entreprises se repositionnent et les fonctions de travail en impression distinctes auparavant - opérateurs de caméra, retoucheurs par morsure, pelliculeurs, opérateurs de photorépétition, tireurs d'épreuves, typographes, compositeurs typographiques, clicheurs, se regroupent - se chevauchent ou se fusionnent.

6. PRICE WATERHOUSE. *Op. cit.*, p.33.

7. *Loc. cit.*

8. *Loc. cit.*

Figure 2 Regroupement des professions de la composition et du montage⁹

En 1991, Price Waterhouse divisait les fonctions de travail, en composition et montage, en trois catégories : les opérateurs de lecteurs optiques, les opérateurs de systèmes et les opérateurs de systèmes d'éditique. En 1994, les opérateurs de systèmes d'éditique de pointe, définis comme remplissant une fonction de travail de l'avenir, font partie intégrante de toutes les entreprises de préimpression. On les nomme, plus couramment, infographistes.

9. *Ibid.*, p.65.

Qu'est-ce que l'infographie?

L'infographie, telle que définie par Marie-Éva de Villiers dans le *Multidictionnaire des difficultés de la langue française*, est la «branche de l'informatique qui a pour objet la production automatique d'images et de dessins. Ce néologisme a été formé à partir des mots *informatique*¹⁰ et *graphique*¹¹.» L'Office de la langue française, pour sa part, définit l'infographe comme un «graphiste qui utilise l'informatique et illustre des données en les rendant plus attrayantes¹².»

Dans la réalité du monde du travail en préimpression, ces définitions prennent un sens beaucoup plus large selon les particularités de chaque entreprise. Peut-on dire qu'il y a, en ce moment, autant de types d'infographistes que de types d'entreprises? Il serait hasardeux d'en arriver à une telle conclusion. Cependant, nous constatons, à la suite de nos rencontres avec des professionnels du milieu, que plusieurs entreprises préfèrent modeler leurs infographistes selon des critères précis déterminés par l'entreprise elle-même. Nous pouvons également supposer, d'après ces mêmes entrevues, qu'il existe présentement quatre groupes «d'infographistes», c'est-à-dire de graphistes qui utilisent l'ordinateur comme outil de travail.

Pour faciliter la lecture du présent document et pour bien saisir les similitudes, les points communs et les différences entre chacun des rôles tenus par ces groupes dans le processus de la préimpression, nous les classons de la façon suivante : les graphistes, les infographistes, les infographes et les infograpeurs¹³. Ces termes seront définis plus loin. De plus, vous trouverez l'annexe 1 le glossaire des termes les plus couramment utilisés dans le milieu de la préimpression.

10. «Informatique: (adj) Relatif au traitement automatisé de l'information. Des procédés informatiques. (Nom féminin) Science du traitement automatique de l'information. Ce mot a été créé en 1962 à partir des mots information et automatique.»

11. DE VILLIERS, Marie-Éva. *Multi Dictionnaire des difficultés de la langue française, nouvelle édition*, Québec/Amérique, Montréal, 1992, p. 677.

12. GOUVERNEMENT DU QUÉBEC, Banque de terminologie de l'Office de la langue française, Montréal.

13. Les infograpeurs font davantage partie du personnel de l'imprimerie. Nous ne pouvons cependant les ignorer dans cette étude puisque, dans certains cas, les tâches de l'infographe et de l'infograpeur se chevauchent ou se confondent.

Méthodologie

Dans le présente rapport, non exhaustif¹⁴, on résume les propos de quelques professionnels de la petite, moyenne et grande entreprise en préimpression. Au moyen de rencontres et à l'aide d'un questionnaire (*voir en l'annexe 2*), nous avons tracé de dessiner une esquisse des différentes tâches qu'un infographiste (au sens générique) a à exécuter dans le cadre de son travail. Un tableau (annexe 3) illustre les différentes catégories d'entreprises consultées.

Pour couvrir tout le volet de notre étude, nous avons recueilli les commentaires de graphistes, de typographes et d'infographistes en impression et en animation (*voir, à l'annexe 4, la liste des personnes-ressources de chacune des entreprises consultées*) qui ont dû s'adapter aux changements technologiques des dernières années et, il ne faut pas l'oublier, à la récession. En effet, celle-ci a obligé plusieurs d'entre eux à réévaluer le mode de fonctionnement de leur entreprise et à faire le «saut technologique» pour demeurer concurrentiels en termes d'efficacité et de délais de production.

Des recherches auprès du ministère de l'Industrie et du Commerce, des Sciences et de la Technologie du Québec ainsi que de Revenu Canada ne nous ont pas éclairés sur leurs définitions de la petite, de la moyenne et de la grande entreprise en préimpression, puisque tous ces organismes considèrent que les entreprises de 500 employés et moins, toutes spécialités confondues, font partie de la catégorie PME.

Les tâches de l'infographiste varient selon la taille de l'entreprise pour laquelle il travaille, nous avons divisé, de façon aléatoire, les entreprises consultées; nous avons considéré comme facteur déterminant le nombre total d'employés. Nous les classons de cette façon :

- la petite entreprise en préimpression 10 personnes et moins;
- la moyenne entreprise en préimpression 11 à 20 personnes;
- la grande entreprise en préimpression 21 personnes et plus.

Nous pouvons, à cette étape-ci, proposer certaines définitions que nous avons élaborées à la suite de nos rencontres pour cerner les différences, les similitudes et les particularités des fonctions de travail des principales personnes travaillant en préimpression. Les définitions qui suivent sont d'ordre général. Elles varieront selon la taille des entreprises auxquelles ces fonctions de travail seront associées.

14. L'étude s'est déroulée du 6 mai 1994 au 30 juin 1994, sur une base de 33 jours. Durant cette courte période, nous avons tout de même rencontré 16 entreprises en préimpression.

1. QUI SONT LES INFOGRAPHISTES¹⁵?

Nos rencontres avec les professionnels du milieu de la préimpression nous ont inspiré quelques définitions générales recouvrant des fonctions de travail que l'on associe habituellement aux rôles et aux tâches du graphiste, de l'infographe, de l'infographe et de l'infographeur en préimpression. Ces définitions ne prétendent pas être définitives parce qu'elles ne reflètent la situation que dans les entreprises consultées.

1.1. Les graphistes

Les graphistes (souvent clients) en préimpression conçoivent et créent un concept graphique répondant aux besoins de leur clientèle (en information, en publicité ou en arts visuels). Ils utilisent maintenant l'ordinateur pour visualiser plus rapidement un produit presque final. Les graphistes peuvent avoir ou ne pas avoir des notions en préimpression et en impression. Créer et répondre à la demande du client est leur seule priorité. Ces graphistes possèdent souvent un diplôme universitaire ou un diplôme de formation technique.

1.2. Les infographistes

Les infographistes en préimpression exécutent, à l'aide d'un ordinateur, le concept initial commandé par le client (graphiste ou autre)¹⁶. Ils assument généralement la production informatisée d'images et de dessins. En collaboration avec un graphiste ou le client, ils font la mise en page en respectant les consignes relatives aux règles de l'impression. Ils choisissent, avec le client (graphiste ou autre), la typographie adéquate selon le type de produit souhaité. Ils peuvent, à l'occasion, concevoir une maquette. Les infographistes en préimpression doivent connaître à fond plusieurs logiciels et savoir les utiliser pour maximiser la qualité de leur travail. Ils doivent également développer un bon coup d'oeil graphique pour assister le client dans certains projets et pouvoir élaborer seuls, en période de pointe, un concept visuel. La plupart des infographistes ont un diplôme de formation technique; certains de ces graphistes «junior» détiennent un diplôme universitaire.

1.3. Les infographes¹⁷

Les infographes en préimpression exécutent le travail du graphiste ou d'autres clients : ils préparent le concept aux fins d'impression. Leur travail ne demande aucune connaissance en

15. Le terme «infographe» est employé ici au sens générique, c'est-à-dire que nous englobons toutes les personnes qui utilisent l'ordinateur comme outil de travail: le graphiste, l'infographe (sens spécifique), l'infographe et l'infographeur en préimpression.

16. Nous entendons par «clients» les entreprises en général qui n'ont pas de graphiste à leur service ou les particuliers qui n'ont aucune connaissance en graphisme.

17. Bien que le terme «infographe» ne fasse partie d'aucune banque terminologique, l'Office de la langue française considère ce mot acceptable. (juin 1994)

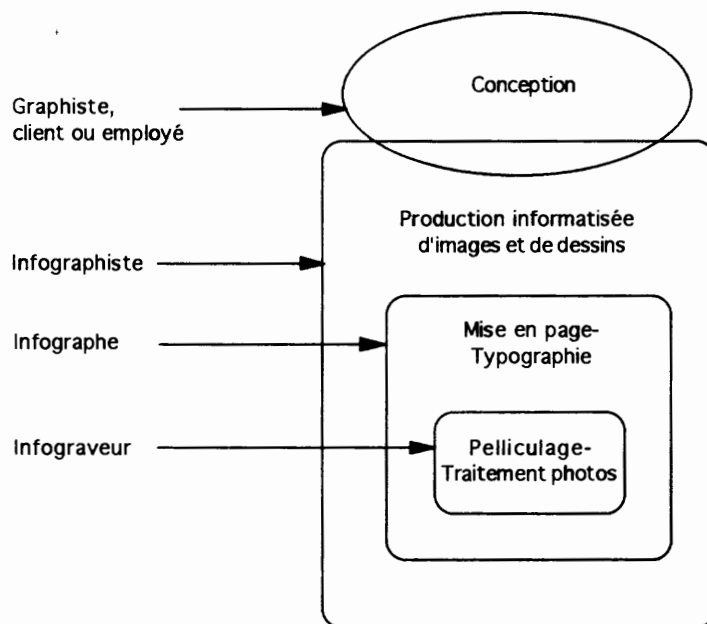
graphisme. Ils sont des exécutants qui établissent le lien entre leur contremaître (parfois infographiste), le client et l'imprimerie. Leur objectif de travail : rendre un concept imprimable. Ils peuvent exécuter, surtout dans de petites entreprises, les tâches des infograpeurs. Les infographes en préimpression sont des ouvriers spécialisés.

1.4. Les infograpeurs¹⁸

Les infograpeurs en préimpression exécutent les tâches attribuées auparavant aux pelliculeurs. Ils maîtrisent parfaitement les techniques d'imprimerie. Ils peuvent, grâce à l'ordinateur, produire des films de qualité et des documents reproductibles en grande quantité. Ces nouvelles techniques seront, semble-t-il, de plus en plus utilisées. Les infograpeurs connaissent aussi les méthodes de traitement des photographies et toutes les facettes des films couleurs. Ils sont, eux aussi, des ouvriers spécialisés.

La figure 3 illustre les différentes définitions élaborées précédemment sous la forme des relations qui existent entre les fonctions de travail.

Figure 3 Relations entre les graphistes, les infographistes, les infographes et les infograpeurs



18. Bien que le terme infograpeur ne fasse partie d'aucune banque terminologique, l'Office de la langue française considère ce mot acceptable. (juin 1994)

2. LES PETITES ENTREPRISES EN PRÉIMPRESSION¹⁹

2.1. Profil de la petite entreprise en préimpression

Les petites entreprises consultées n'ont pas d'histoire; c'est maintenant, au jour le jour, qu'elles l'écrivent. Elles font leurs premiers pas dans le milieu; en effet, elles n'ont qu'entre 1 an et 6 ans d'existence.

Les professionnels de ces entreprises ne parlent évidemment pas de recycler leur personnel, puisque celui-ci est né avec l'ordinateur... Ces nouveaux entrepreneurs tentent davantage de trouver des moyens concrets pour faire face à la concurrence, pour offrir des services spécialisés qui vont du «bureau de service²⁰» en infographie avec des produits variés (journaux d'entreprises, dépliants publicitaires, rapports annuels, brochures d'activités municipales, cartes professionnelles, etc.), à l'entreprise de conception et de création graphiques destinée aux organismes à but non lucratif, en passant par cette entreprise d'avant-garde en multimédia (animation par ordinateur) qui, après seulement trois années d'existence, vise le marché international.

2.2. Le personnel

Trois personnes travaillent dans chacune des petites entreprises consultées. Ainsi, le bureau de services en infographie regroupe : une graphiste; un technicien en imprimerie et informatique; un journaliste, fondateur de l'entreprise. Le personnel de ce bureau assume tout le processus de la préimpression. En effet, ses tâches peuvent varier de l'adaptation d'un concept (infographiste) à l'exécution d'une maquette soumise par le client (infographe). Il n'y a pas de hiérarchie dans cette entreprise; chacun des membres de l'équipe travaille de façon autonome.

L'entreprise de conception et de création graphiques, elle, rassemble un graphiste, qui provient du milieu des beaux-arts et qui s'occupe de la production complète, et une femme qui a travaillé en imprimerie et qui est responsable de la préparation des textes. À ces deux associés, vient tout juste de se joindre un diplômé en infographie. Celui-ci assume présentement un rôle d'infographe. Ses employeurs veulent cependant l'amener graduellement à prendre de plus en plus part aux processus d'élaboration d'un projet et à faire éventuellement de la conception (infographiste). Déjà, après seulement quelques mois, il parle directement à certains clients et élabore des projets supervisés par le graphiste.

19. Petites entreprises en préimpression: 10 employés et moins.

20. Voir le glossaire.

Deux infographistes, dont le président, et un administrateur composent le personnel permanent de l'entreprise d'animation par ordinateur. Ils utilisent les services de trois infographistes pigistes à temps plein et ils ont recours également à un illustrateur. À l'exception du cas du président, ex-infographiste et maintenant chargé de projet, le travail de l'infographiste se rapproche de notre définition des tâches de l'infographe. Il est un exécutant en animation.

2.1.1. L'environnement de travail

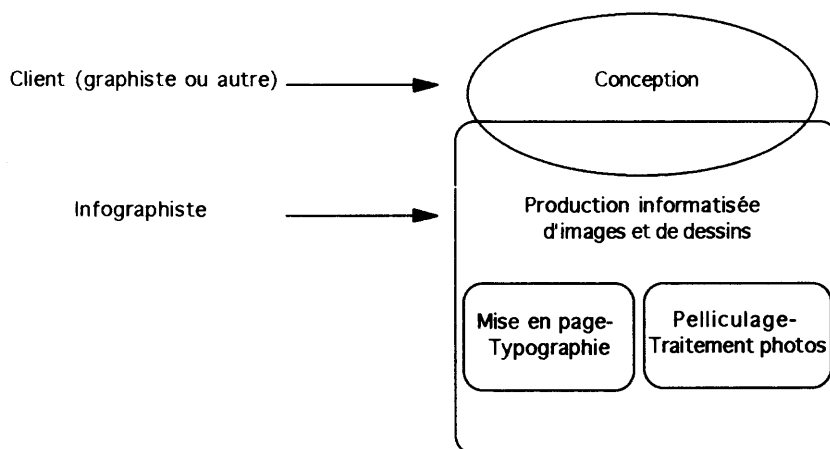
Les aires ouvertes avec paravents, postes de travail et salles d'ordinateurs semblent répondre aux besoins des infographistes ou infographes de la petite entreprise.

2.3. Les fonctions de travail en infographie

2.3.1. Les infographistes

Les infographistes travaillant dans les petites entreprises en préimpression exécutent, à l'aide d'un ordinateur, le concept initial soumis par le client (graphiste ou autre). Comme l'illustre la figure 4, ces infographistes assument, ici aussi, la production informatisée d'images et de dessins pour le concept élaboré par le client.

Figure 4 Rôles et tâches de l'infographiste dans la petite entreprise lorsqu'il assume, avec le client, une partie du processus de la préimpression

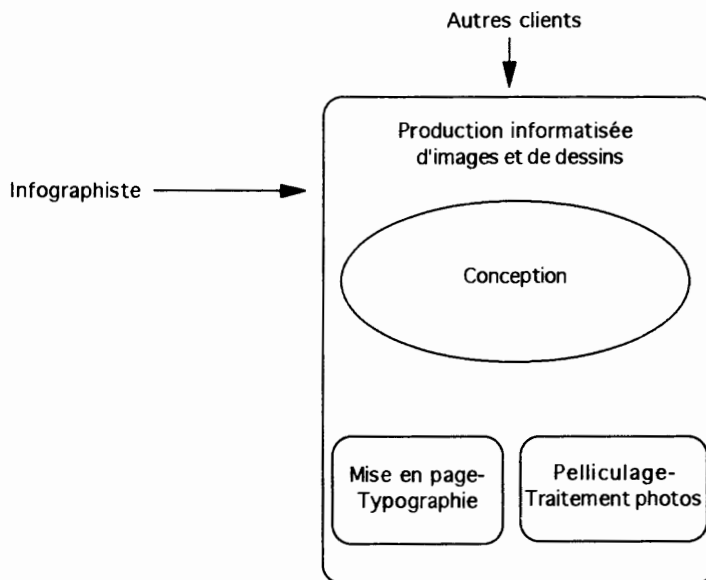


En collaboration avec le client, ils font de la mise en page en respectant les consignes relatives aux règles de l'impression. Ils choisissent, avec le client, la typographie adéquate selon le type de produit souhaité. Ils conçoivent à l'occasion une maquette.

Les infographistes des petites entreprises en préimpression doivent connaître à fond plusieurs logiciels et savoir les utiliser pour maximiser la qualité de leur travail. Ils doivent également développer un bon coup d'oeil graphique pour assister le client dans l'élaboration de certains projets et pouvoir créer seuls, à la demande du client, un concept visuel.

Les infographistes, dans les petites entreprises, exécutent souvent tout le processus de la préimpression, de la conception du projet à la préparation de films destinés à l'imprimerie. Ils assument, comme le démontre la figure 5, les rôles du graphiste, de l'infographe et de l'infogreveur pour répondre entièrement aux besoins du client. Leur niveau de responsabilités dans l'accomplissement du projet est élevé ainsi que leur autonomie.

Figure 5 Rôles et tâches de l'infographiste dans une petite entreprise lorsqu'il assume tout le processus de la préimpression



La polyvalence semble être le mot d'ordre, dans un bureau de services. En effet, les infographistes doivent être polyvalents puisque leurs tâches vont de la conception graphique à la mise en page avec, parfois, le traitement de texte.

S'il travaille à l'intérieur d'un bureau de conception graphique, le diplômé en infographie peut s'attendre à être tout d'abord un aide technique qui exécute des grilles standard et qui procède au traitement de la photo. Son niveau d'autonomie et de responsabilités est, dans ce cas, moins élevé.

2.3.2. L'infographe

L'infographe en animation doit avoir un intérêt marqué pour la recherche et le développement, les effets spéciaux, les techniques de travail 3D et la visualisation. Il reçoit son mandat d'un chargé de projets. Il fait rarement du montage vidéo, lequel est donné en sous-traitance pour éviter d'entrer en compétition avec les clients. Le niveau d'autonomie et de responsabilités de l'infographe en animation est limité.

2.3.3. Les conditions salariales

Les salaires de ces infographes et infographistes s'échelonnent entre 8 \$/h et 10 \$/h ou plus, selon l'expérience. Certaines entreprises réinvestissent les profits dans l'entreprise, d'autres profitent de programmes de subventions gouvernementales pour payer le personnel. Une semaine de travail compte de 35 à 40 heures réparties selon un horaire de jour avec, parfois, du temps supplémentaire.

2.4. La formation actuelle dans les petites entreprises

2.4.1. La formation scolaire

Deux des infographistes consultés détiennent un diplôme de formation technique et professionnelle, avec en plus certains cours de perfectionnement, tandis que les autres proviennent de divers milieux : université, ou travail en imprimerie avec connaissances en informatique.

2.4.2. Les lacunes observées

Certains employeurs constatent, à leur grand étonnement, que le logiciel Page Maker n'est pas enseigné à l'école. D'autres mentionnent que les étudiants semblent apprendre des *trucs* mais qu'ils ne comprennent pas le fonctionnement des logiciels utilisés. On remarque aussi, dans le milieu du travail, que les diplômés manquent généralement d'autonomie; ils ne prennent pas assez de décisions. Selon plusieurs employeurs, les opérateurs en infographie (infographistes et infographes) doivent lire et comprendre le texte qu'ils mettent en page. Certains diplômés n'ont

pas appris à l'école, souligne-t-on, à lire la pensée derrière la commande d'un client. Autre lacune importante aux yeux de tous les employeurs : ces sortants n'ont pas de connaissance de la typographie conventionnelle. Ils n'ont pas appris, non plus, à développer l'aspect création dans leur travail d'infographiste.

Tous semblent d'avis que les connaissances générales sont obligatoires pour assumer les différentes tâches infographiques. L'école devrait, donc selon eux, inciter l'étudiant à développer une curiosité culturelle qui l'aidera, ultérieurement, à parfaire son travail. De plus, plusieurs soulignent que la finition des travaux est une étape oubliée par les étudiants. Les nouveaux diplômés ne semblent pas être conscients de l'importance de la qualité de la présentation pour convaincre un client et entretenir avec lui de bonnes relations professionnelles.

Les employeurs des petites entreprises, qui ont quotidiennement à se dépasser pour respecter les délais exigés par les clients, déplorent le fait que les étudiants ne soient pas confrontés, à l'école, à la réalité du monde du travail (demandes, exigences, délais).

2.4.3. Le perfectionnement

La formation interne semble être la voie empruntée par la plupart des petites entreprises en préimpression. Certaines investissent jusqu'à six mois de perfectionnement pour enseigner à un infographiste «junior» (ou infographe) la finition des travaux. Plusieurs infographistes apprennent, dans le milieu de travail, à présenter une maquette aux clients et à utiliser aussi les méthodes de travail manuelles en préimpression. Tous les dirigeants de ces petites entreprises affirment que le perfectionnement continu, sur une base personnelle, est essentiel à la réussite. La recette du succès, selon l'un d'entre eux, est la suivante : le travail + le travail + le travail...

2.4.4. La formation souhaitée

Puisque la clientèle des petites entreprises en préimpression provient de toutes les sphères de la société, les étudiants de formation technique et professionnelle doivent avoir des connaissances d'ordre général et, évidemment, connaître le processus complet de l'impression : typographie, montage, pelliculage et impression couleurs, et ce, selon les méthodes tant traditionnelles qu'informatisées.

L'infographiste, pour certaines de ces entreprises, est avant tout un graphiste qui travaille avec un ordinateur. Il doit connaître les techniques manuelles et l'informatique pour parvenir à un heureux mélange des deux méthodes de travail. En plus des logiciels courants en éditique,

l'étudiant doit maîtriser les logiciels Adobe Photoshop, Softimage (3D). Il doit sans cesse viser le haut de gamme et ne pas se contenter d'un produit de piètre qualité. Il doit être capable de présenter une maquette, de pouvoir élaborer, seul, un concept et surtout, comprendre la «couleur» d'un projet : «Trouver l'harmonie sans artifice technique²¹.»

Selon une entreprise spécialisée en infographie d'animation, l'école devrait abandonner l'édition électronique et se concentrer sur la visualisation en trois dimensions, pour bien préparer l'étudiant en infographie.

Que ce soit en infographie traditionnelle ou en infographie d'animation, toutes les entreprises consultées considèrent comme prioritaire que l'étudiant soit déjà, à l'école, placé face à des situations réelles de travail sous pression, lesquelles impliquent presque toujours des délais impossibles à rencontrer.

2.5. Les critères d'embauche

À cause de la clientèle, des multiples possibilités de l'ordinateur et des exigences qui augmentent avec les nouveaux logiciels, la rapidité est un critère d'embauche maintes fois mentionné par les employeurs. La fiabilité sur le plan technique et le potentiel de conception graphique sont d'autres critères d'embauche importants, de même que la passion du travail. Cette passion représente, pour l'employeur, un investissement. En effet, un employé passionné de l'infographie ne comptera pas ses heures de perfectionnement, de recyclage et de formation. Il sera toujours motivé à en apprendre davantage sur toutes les possibilités des logiciels et les nouvelles techniques informatiques.

21. Propos recueillis lors d'une rencontre avec un employeur de la petite entreprise en préimpression, mai 1994.

3. LES MOYENNES ENTREPRISES EN PRÉIMPRESSION²²

3.1. Profil de la moyenne entreprise en préimpression

Les moyennes entreprises en préimpression ont déjà, derrière elles, quelques pages d'histoire : des paragraphes raturés, corrigés, reformulés. Démarches obligatoires pour écrire de façon plus harmonieuse les chapitres suivants et faire de leurs activités une histoire de succès.

Ces moyennes entreprises ont entre 8 et 23 ans d'existence; elles regroupent des ex-typographes, des ex-pelliculeurs. Leur passé est semblable. Toutes ont dû, à cause de l'accessibilité croissante des ordinateurs et de la récession, modifier leur orientation professionnelle et s'adapter le mieux possible au nouveau marché, fragmenté et informatisé.

On retrouve ces moyennes entreprises dans les domaines de l'édition de mensuels (revues, magazines), de l'infogravure, de bureaux de services en infographie destinés surtout aux agences de publicité et de bureaux de services en typographie. Certaines sont informatisées depuis moins de cinq ans tandis que d'autres comptent déjà 10 ans d'apprentissage avec Macintosh. Elles ont toutes été durement touchées par la récession et ont dû pour survivre procéder à plusieurs mises à pied. Une d'entre elles, qui avait un effectif de près de 100 employés au début de 1990, terminait cette même année avec seulement 30 employés... Presque toutes ont enregistré, durant cette période, une baisse substantielle du nombre de leurs employés.

Ces moyennes entreprises ont été durement touchées aussi par l'intérêt manifesté soudainement par plusieurs graphistes à assumer tout le processus de la préimpression, sans aucun intermédiaire. Ces graphistes étaient alors équipés seulement d'un ordinateur Macintosh, de quelques logiciels, d'une imprimante au laser et travaillaient principalement chez eux, dans leur sous-sol... Cette situation, jumelée à la récession, a engendré, selon plusieurs entrepreneurs, une chute de la production normale, une dégringolade des prix de production et malheureusement, une diminution de la qualité des produits imprimés. De plus, aucune entreprise n'a réussi à reprendre le rythme de croisière d'avant les années 90.

Pour survivre, les moyennes entreprises ont dû trouver d'autres avenues. C'est pour cette raison que certaines assument maintenant tout le processus de la préimpression, c'est-à-dire jusqu'à la production de films.

22. Moyennes entreprises en préimpression: de 11 à 20 employés.

3.1.1. Les services-spécialités

Quelques moyennes entreprises offrent aux designers et aux graphistes le service de préimpression complet (jusqu'aux films). D'autres se spécialisent dans l'édition de magazines et de revues techniques destinés aux directeurs de production et à toutes les personnes qui gravitent autour du secteur de l'imprimerie. Quelques-unes visent, avec leur service d'infographie ou leur spécialité en typographie, les agences de publicité et leurs collaborateurs. D'autres encore, grâce à leur compétence en photolithographie et leur spécialité en reproduction d'art ou en impression de magazines et d'objets promotionnels artistiques produits en série limitée, rejoignent la clientèle des graphistes et des imprimeurs.

3.2. Le personnel

De 18 à 20 personnes travaillent présentement dans chacune des moyennes entreprises en préimpression consultées. On y retrouve de trois à six opérateurs en infographie dont des infographistes, des infographes, des infograpeurs et des typographes. Ils sont supervisés tantôt par une directrice de l'édition, tantôt par des contremaîtres, des chargés de projet ou des typographes «sénior».

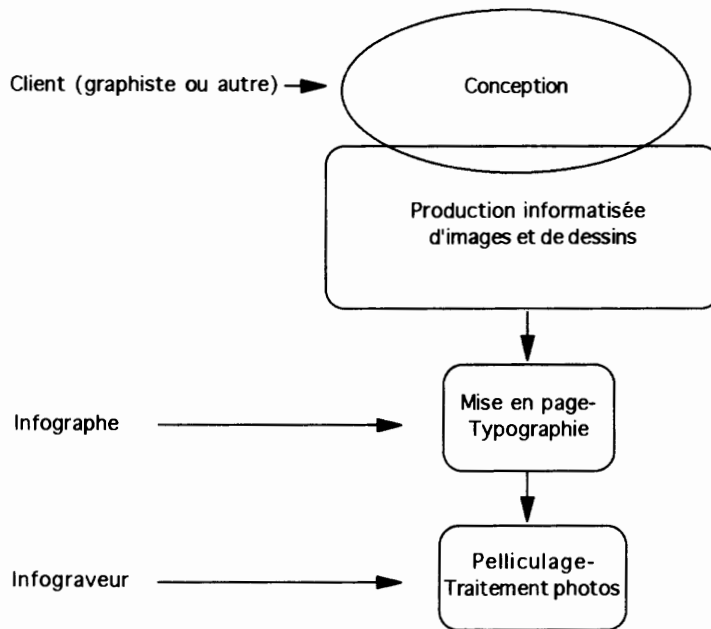
3.2.1. L'environnement de travail

Les infographistes, les infographes et les infograpeurs sont, dans la plupart des cas, regroupés en réseau à l'intérieur de salles d'ordinateurs. Les typographes que nous avons rencontrés travaillent côte à côte, dans une grande salle vitrée divisée par quelques paravents.

3.3. Les fonctions de travail en infographie

Les fonctions de travail en infographie associées à la moyenne entreprise en préimpression sont celles du graphiste (qui, dans ce contexte, est un client), de l'infographiste, de l'infographe et de l'infograpeur. La figure 6 situe les rôles et les tâches de chacune de ces fonctions de travail dans le contexte d'une telle entreprise.

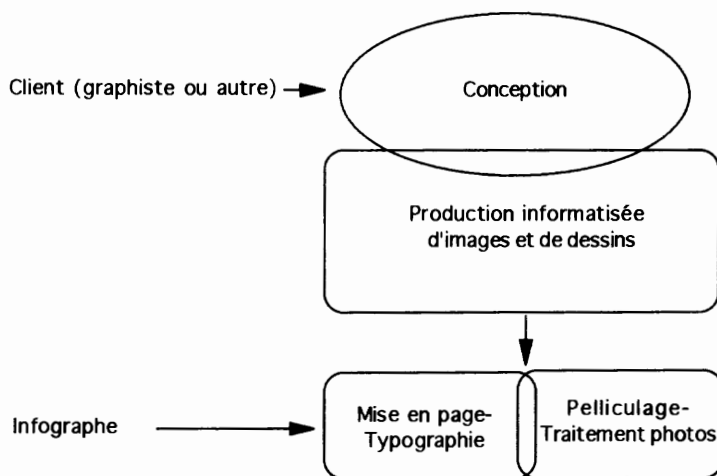
Figure 6 Distribution des rôles et tâches entre le graphiste, les infographes et les infograpeurs dans la moyenne entreprise en préimpression



3.3.1. Les graphistes

Les graphistes forment généralement une grande partie de la clientèle de la moyenne entreprise en préimpression (client graphiste ou autre). Comme nous le voyons à la figure 7, dans la majorité des moyennes entreprises en préimpression, ce sont les clients graphistes ou autres qui assument la production informatisée d'images et de dessins.

Figure 7 Distribution des rôles et tâches des clients graphistes ou autres et des infographes dans la moyenne entreprise en préimpression



3.3.2. Les infographistes

Dans les moyennes entreprises, on trouve des infographistes en édition. Ces derniers procèdent au formatage du texte; ils font un peu de conception de mise en page. Ces tâches correspondent à près de 90 p.100 de leurs fonctions de travail. Ils touchent au traitement des photos en noir et blanc, et parfois aux photos en couleur (positionnement et séparation de couleurs). Les infographistes en édition ne font pas les films pour l'instant, mais cela semble être envisagé par les entreprises. Ce ne sont pas des techniciens; ce sont des infographistes qui ont développé une spécialité dans un logiciel. Ils sont cependant polyvalents et peuvent remplacer un collègue absent. Dans le contexte de l'édition, leur niveau d'autonomie et de responsabilités est de moyen à élevé, selon la complexité du projet.

3.3.3. Les infographes

Les infographes travaillant dans les moyennes entreprises en préimpression exécutent le travail du graphiste ou d'autres clients et préparent le concept aux fins d'impression (*voir la figure 7*). Leur travail ne demande aucune connaissance en graphisme. Ils sont des exécutants qui établissent le lien entre leur contremaître, s'il y a lieu, le client et l'imprimerie. Leur objectif de travail : rendre un concept imprimable. Dans certaines entreprises, les infographes exécutent aussi les tâches des infogreveurs.

Les infographes font de la mise en page et se spécialisent dans les logiciels comme Adobe Photoshop, Quark Express et Illustrator. Ils ne font pas de conception, reprennent le travail du graphiste-client et travaillent en équipe; tous ont une spécialité. Certaines entreprises utilisent les termes «infographistes juniors» pour les désigner. Le niveau d'autonomie et de responsabilités des infographes dans l'exécution de leur travail est limité.

3.3.4. Les typographes

Les typographes²³, comme les infographes, font de la mise en page et se spécialisent dans les logiciels comme Adobe Photoshop, Quark Express et Illustrator. Comme les infographistes, ils déterminent avec le client la typographie adaptée à un concept et font la mise en page. Les typographes ne sont pas considérés comme des infographistes, mais plutôt comme des «graphistes de la lettre». Ils utilisent l'ordinateur uniquement comme outil de travail. Leur niveau d'autonomie et de responsabilités est élevé.

23. Les typographes, qui utilisent l'ordinateur uniquement comme outil, semblent exercer des tâches qui se situent en parallèle avec celles de l'infographiste et de l'infographe, et qui se rapprochent davantage de celles du graphiste.

3.3.5. Les infograpeurs

Les infograpeurs embauchés par les moyennes entreprises en préimpression exécutent les tâches attribuées auparavant aux pelliculeurs. Ils établissent le lien entre les infographes et les imprimeurs. Ils maîtrisent parfaitement les techniques d'imprimerie. Ils peuvent, grâce à l'ordinateur, produire des films de qualité et des documents reproductibles en grande quantité. Ils connaissent aussi les rudiments des films couleurs.

Les infograpeurs traitent les éléments du travail du graphiste et les photos. Ils effectuent un travail d'exécution seulement. Les infograpeurs connaissent tous les logiciels et vérifient le travail des infographistes. Ils font aussi le recouvrement²⁴ (*trapping*) et préparent le produit aux fins d'impression. Ils ont un niveau limité d'autonomie et de responsabilités dans l'accomplissement de leur travail. Les infograpeurs ne font pas obligatoirement partie du personnel de la moyenne entreprise en préimpression; leurs tâches sont souvent exécutées par les infographes.

3.3.6. Les conditions salariales

Les infographistes en édition gagnent de 10 \$/h à 22 \$/h environ. Leur semaine compte 35 heures de travail. L'horaire se rapproche des heures «normales» de bureau avec, en plus, une certaine flexibilité.

Le salaire des infographes «juniors» de la moyenne entreprise en préimpression peut débiter à 9 \$/h et aller jusqu'à 30 \$/h pour un infographe «sénior». Les semaines de travail sont de 35 heures à 37 1/2 heures et la grande majorité de la production se fait en soirée. La journée est parfois répartie entre deux équipes de travail. Des contremaîtres effectuent la supervision du travail.

Les infograpeurs reçoivent de 10 \$ à 15 \$ l'heure pour une semaine de 40 heures et peuvent travailler en deux 2 équipes de travail. Ils sont supervisés par des contremaîtres ou des photograpeurs.

24. Voir le glossaire.

3.4. La formation actuelle dans les moyennes entreprises

3.4.1. La formation scolaire

Les infographistes en édition proviennent de différentes maisons d'édition de magazines et revues. Ils ont déjà l'expérience de l'édition de revues. Certains d'entre eux détiennent un diplôme de formation technique. D'autres sont d'anciens graphistes autodidactes ou possédant un diplôme universitaire.

Les infographes qui travaillent dans un bureau de services destiné aux agences de publicité, proviennent de différentes entreprises. Ils ont déjà l'expérience du milieu et quelques-uns ont suivi, il y a plusieurs années, des cours de recyclage; d'autres sont des autodidactes (Macintosh). Des typographes traditionnels se sont familiarisés avec l'ordinateur et utilisent maintenant cet outil pour effectuer leur travail.

3.4.2. Le perfectionnement

Certains employeurs soulignent que leur personnel éprouve des difficultés à apprivoiser l'ordinateur. Quelques employés émettent des réticences face aux changements imposés par l'informatique. Un des employeurs interviewés procède au perfectionnement interne et a choisi le Cégep de Maisonneuve pour la formation car ce dernier répond exactement aux besoins de son entreprise. Cet employeur assume la moitié des frais des cours de perfectionnement de ses employés.

D'autres entreprises organisent des journées de formation pour l'apprentissage de nouveaux logiciels et offrent à leur personnel de la formation interne.

3.4.3. La formation souhaitée

Dans le cas des infographistes, une connaissance générale des arts graphiques est essentielle, précisent certains employeurs. Un infographiste doit avoir une connaissance de base en typographie et pouvoir faire la mise en page d'un concept artistique. Il faut amener les étudiants à un niveau de compétence supérieur. Ils doivent avoir des notions sur les couleurs et développer une spécialité, comprendre les distorsions, connaître la quadrichomie²⁵ et différencier la typographie commerciale de celle de l'édition. Ils doivent développer un «oeil typographique»; c'est un élément qui démarque un travail de qualité d'un autre bas de gamme.

25. Voir le glossaire.

L'étudiant en infographie doit être conscient, selon un dirigeant de moyenne entreprise, qu'un travail bâclé représente des pertes financières pour l'entreprise. Il faut donc, selon lui, enseigner aux jeunes le sens des affaires et les sensibiliser aux conséquences de leurs erreurs.

L'infographie d'information pourrait devenir une nouvelle branche. L'étudiant qui se dirige dans cette voie devra faire des esquisses et des graphiques à la fois précis et artistiques. Il devra pouvoir passer de l'infographie technique à l'infographie artistique. Pour ce, précise un employeur en édition, l'école doit apprendre aux étudiants à présenter de façon visuelle l'information destinée à l'imprimé ou aux présentations d'entreprises. L'infographiste de demain, doit dorénavant posséder une base technique en ce sens, en plus de connaître, évidemment, tout le processus de la préimpression à l'impression.

La formation doit également encourager l'étudiant à découvrir sa spécialité, donc sa force en informatique en tant que graphiste, infographiste, infographe ou infogreveur. L'étudiant doit choisir un champ selon ses intérêts et ses aptitudes.

Les infographes de la moyenne entreprise en préimpression doivent avoir de l'initiative et se poser des questions pour pouvoir adapter le travail en fonction des exigences de l'imprimerie, affirment les entrepreneurs. L'infographe est un exécutant en typographie et en mise en page; la polyvalence est essentielle dans ce domaine.

Les infogreveurs doivent suivre l'évolution de l'informatique avec intérêt et consacrer le temps nécessaire à l'apprentissage de nouveaux logiciels, précise un dirigeant d'une moyenne entreprise en infogravure. Ils doivent persévérer et souhaiter atteindre des sommets de performance.

L'étudiant en graphisme, pour sa part, doit avoir une formation poussée en typographie. Plusieurs employeurs de la moyenne entreprise se plaignent de cette lacune chez les graphistes employés et même chez les graphistes clients. Le graphiste, comme l'infographiste, doit connaître les étapes du processus manuel de préimpression. Il doit faire la différence entre les niveaux de qualité requis pour un travail précis. La typographie est d'ailleurs une partie intégrante du cours de graphisme.

Le typographe doit avoir, en plus d'une connaissance de la typographie, la «pensée» du métier de typographe. Le typographe est avant tout un artisan. Il a une approche particulière de son métier : il recherche la beauté de la lettre en fonction du message à diffuser... Mais comme l'infographiste et l'infographe, il doit savoir, maintenant, jouer avec la technologie et, en plus, avoir développé un bon sens visuel typographique.

3.5. Les critères d'embauche

3.5.1. Les infographistes

En édition, les employeurs demandent aux candidats infographistes d'avoir expérimenté les logiciels courants et de posséder une bonne connaissance de Quark Express et Adobe Photoshop. Pour les candidats «séniors», ils exigent de l'autonomie ainsi que la capacité de s'adapter rapidement à l'environnement de travail et au travail d'équipe. Le bilinguisme est un atout. Certains employeurs de produits haut de gamme requièrent de leurs infographistes un diplôme universitaire en graphisme et souhaitent qu'ils possèdent, en plus, beaucoup de polyvalence et de rapidité.

3.5.2. Les infographes

En ce qui concerne les infographes, les critères d'embauche mentionnés le plus souvent lors de nos rencontres avec les gens de la moyenne entreprise en préimpression, sont les suivants :

- la précision,
- la ponctualité,
- le sens des responsabilités,
- l'honnêteté,
- la motivation,
- la vitesse au clavier (30 mots/minute),
- la connaissance de la grammaire française et anglaise,
- la curiosité pour son travail.

3.5.3. Les infograpeurs

Les infograpeurs embauchés par un bureau de services en infogravure doivent posséder un minimum de connaissances sur le fonctionnement des imageuses²⁶ et des scanners²⁷, savoir interpréter un écran en fonction de l'imprimerie et connaître le processus complet de l'impression. Les bureaux de services en typographie embauchent des typographes d'expérience qui utilisent les logiciels Quark Express, Page Maker.

3.6. Les difficultés d'embauche

Les employeurs en édition de la moyenne entreprise en préimpression éprouvent de la difficulté à trouver des infographistes qualifiés en édition de revues et magazines, l'édition de publications étant différente de l'édition de livres.

Les moyennes entreprises qui recherchent des infographistes considèrent que les sortants des écoles sont des techniciens. Les infographistes diplômés selon elles manquent, énormément de créativité. D'autres qui recherchent des infographes affirment que les sortants se considèrent souvent comme des graphistes et ne veulent pas travailler à titre d'exécutants.

Si le point de vue de certains employeurs diffère sur le plan de la compétence créative des infographistes ou infographes, tous, par contre, déplorent le fait que les sortants n'aient aucune connaissance en typographie.

26. Voir le glossaire.

27. Voir le glossaire.

4. Les grandes entreprises en préimpression²⁸

4.1. Profil de la grande entreprise en préimpression

Les grandes entreprises en préimpression, tout comme les moyennes entreprises, n'en sont plus à écrire leurs premières pages d'histoire. Elles ont dû réévaluer certains passages et réécrire certains paragraphes pour mieux lire, entre les lignes, les possibilités quasi infinies de l'informatique. «Sous le signe de la productivité» pourrait être le titre donné à l'histoire de la grande entreprise en préimpression.

Nous retrouvons les grandes entreprises en préimpression sous forme de bureaux de services en infographie, en infogravure et en édition. Certaines d'entre elles qui se spécialisaient en typographie, montage et pelliculage sont devenues, pour survivre face à la concurrence, un bureau de services. L'âge des grandes entreprises en préimpression consultées est de 16 ans et plus,; l'une d'elles vient de fêter son 75^e anniversaire!

Une de ces entreprises , qui existe depuis 16 ans, employait en 1984, 75 personnes. Quelques mois plus tard, c'était la débandade : l'entreprise ne comptait plus que quatre employés. Maintenant, cette grande entreprise est devenue un bureau de services qui embauche 30 employés à temps plein. Elle offre toujours les services de typographie, de montage et de pelliculage, mais a ajouté à cette liste les services de photocomposition, de graphisme, de films-vélox et de travaux divers en imprimerie.

4.1.1. Les services-spécialités

Comme nous avons pu le constater lors de nos rencontres avec des professionnels des grandes entreprises en préimpression, toutes, sans exception, offrent maintenant une variété de services pour rejoindre un éventail de clients.

L'une d'entre elles, auparavant imprimerie commerciale, s'est progressivement adaptée à l'infographie. Cette entreprise offre maintenant des services qui vont de l'infographie à l'imprimerie jusqu'aux produits finis et aussi un service de photocopie rapide. Les entreprises commerciales, les particuliers et les graphistes constituent maintenant sa clientèle.

28. Grandes entreprises en préimpression: 21 employés et plus.

Une ancienne entreprise typographique s'est recyclée au moment où tous les graphistes s'équipaient d'ordinateurs, d'imprimantes, etc., et voulaient assumer seuls tout le processus de la préimpression. Cette entreprise a développé, à cette époque, un volet pelliculage. À l'exemple des graphistes, c'est elle maintenant qui empiète sur le secteur de l'imprimerie. Sa clientèle est composée d'agences de publicité, d'entreprises commerciales et de graphistes.

Une autre de ces grandes entreprises en préimpression offre des services qui vont de l'infographie à l'imprimerie. Elle se spécialise dans l'édition de journaux artistiques et de magazines. Une partie de sa production se fait encore selon les méthodes manuelles. Ses clients sont de grandes et de moyennes entreprises commerciales.

Depuis cinq ans, un bureau de services en préimpression qui se spécialise en info-couleur partage son travail entre montage conventionnel et montage informatisé. La photogravure représente 20 p.100 du travail en montage et l'infogravure, 80 p.100.

4.2. Le personnel

Ces grandes entreprises embauchent de 30 à 90 personnes, dont environ une dizaine d'infographistes, d'infographes ou d'infograpeurs. Certains infographistes font de la conception simple et certains infographes exécutent aussi les tâches des infograpeurs. Il existe encore dans quelques grandes entreprises en préimpression des pelliculeurs, qui effectuent des tâches selon les méthodes traditionnelles.

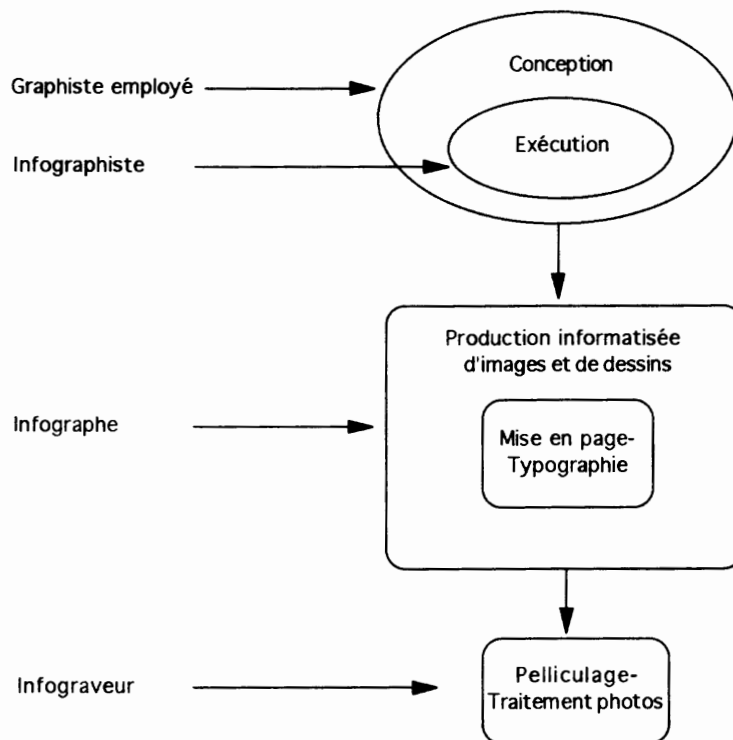
4.2.1. L'environnement de travail

Puisque les infographistes, les infographes et les infograpeurs travaillent toujours en réseau, des aires ouvertes avec postes de travail semblent être l'aménagement privilégié pour effectuer les tâches inhérentes à la préimpression. Certaines entreprises ont divisé l'espace en trois services (scanners, pelliculage et salle pour les infographes).

4.3. Les fonctions de travail en infographie

Dans la grande entreprise en préimpression, les fonctions de travail en infographie correspondent à celles du graphiste, de l'infographiste, de l'infographe et de l'infograpeur. La figure 8 situe les rôles et les tâches de chacune de ces fonctions de travail dans le contexte d'une telle entreprise.

Figure 8 Distribution des rôles et tâches des graphistes, des infographistes, des infographes et des infogreveurs dans la grande entreprise en préimpression



4.3.1. Les graphistes

Les graphistes employés par les grandes entreprises en préimpression conçoivent et créent un concept graphique répondant aux besoins de leur clientèle (en information, en publicité ou en arts visuels). Ils utilisent maintenant l'ordinateur pour visualiser plus rapidement un produit presque final. Les graphistes peuvent avoir ou ne pas avoir des notions en préimpression et en impression. Leur seule priorité est de créer le produit en fonction de la demande du client. Ils travaillent parfois directement avec l'infographe; ils assument alors la production informatisée d'images et de dessins.

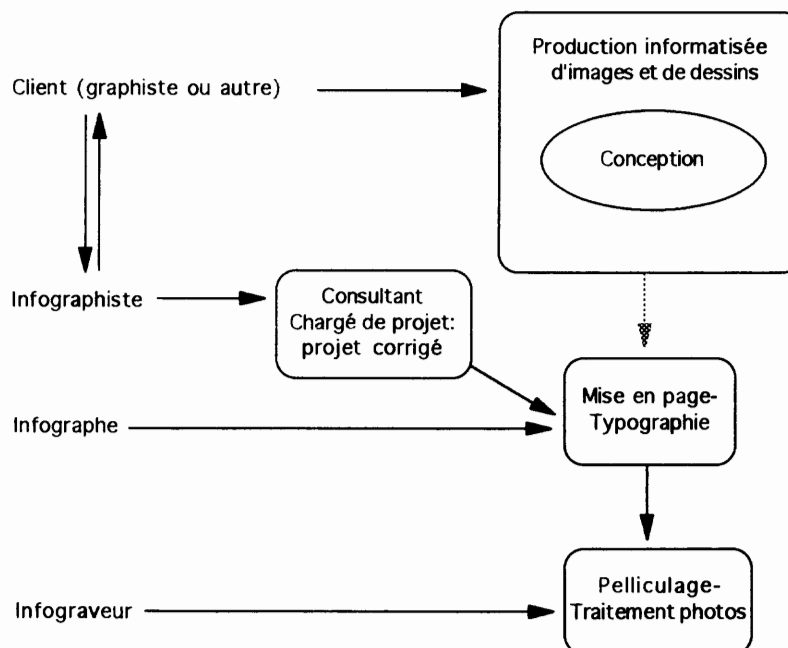
Dans certains cas, les ressources financières de la grande entreprise en préimpression permettent aux graphistes de travailler en collaboration avec des infographistes à l'exécution d'un projet plus complexe.

4.3.2. Les infographistes²⁹

Les infographistes des grandes entreprises en préimpression exécutent, à l'aide d'un ordinateur, le concept initial du graphiste employé. Ils assument la production informatisée d'images et de dessins. En collaboration avec le graphiste, ils font la mise en page en respectant les consignes relatives aux règles de l'impression. Ils choisissent, avec le graphiste, la typographie adéquate selon le type de produit souhaité et ils peuvent, à l'occasion, concevoir une maquette. Les infographistes en préimpression doivent connaître à fond plusieurs logiciels et savoir les utiliser pour maximiser la qualité de leur travail. Ils doivent également développer un bon coup d'oeil graphique pour assister le graphiste dans certains projets et pouvoir élaborer seuls, en période de pointe, un concept visuel.

Toutefois, comme nous le voyons à la figure 9, certains infographistes des grandes entreprises en préimpression assument davantage un rôle de consultation et d'information auprès de la clientèle afin de corriger certaines erreurs qui se produisent à l'étape initiale du projet. Ils adaptent aussi parfois le concept du client pour faciliter son exécution par l'infographe. Ils peuvent aussi, dans ce contexte, superviser les infographes dans l'exécution d'un projet. Leur niveau d'autonomie et de responsabilités est élevé.

Figure 9 Distribution des rôles et tâches des infographistes consultants auprès des clients et superviseurs des infographes, des infogreveurs de la grande entreprise en préimpression



29. Certaines grandes entreprises en préimpression n'ont pas d'infographiste tel que défini ici. Des graphistes, des infographes, des infogreveurs forment leur personnel.

Dans certains cas, les infographistes adaptent la conception du graphiste client en fonction des critères applicables à l'infographie. Dans d'autres cas, les clients assument la conception et la reproduction informatisées des images et des dessins et l'acheminement directement aux infographes.

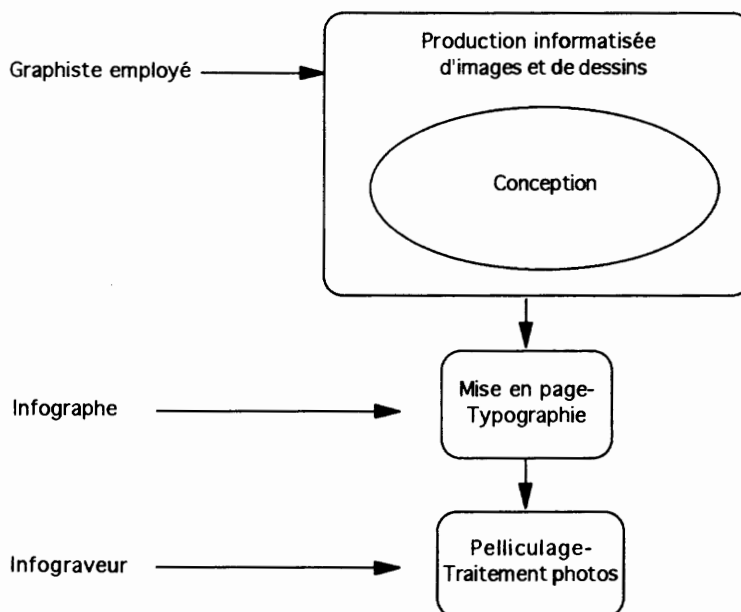
Dans les grandes entreprises en préimpression, on retrouve des infographistes supervisés parfois par un graphiste, des infographes (qui peuvent aussi exécuter les tâches des infogreveurs) et des infogreveurs. Quelques infographistes peuvent s'occuper du développement du réseau informatique. D'autres infographistes peuvent agir à titre de consultant auprès des entreprises clientes.

4.3.3. Les infographes

Les infographes qui travaillent pour les grandes entreprises en préimpression, exécutent le travail du graphiste employé ou de l'infographiste et préparent le concept pour des fins d'impression. Leur travail ne demande aucune connaissance en graphisme. Ils sont des exécutants qui établissent le lien entre leur contremaître, le client et l'imprimerie. Leur objectif de travail : rendre un concept imprimable. Ils exécutent quelquefois les tâches des infogreveurs. Leur niveau d'autonomie et de responsabilités est limité.

Comme le démontre la figure 10, certaines grandes entreprises en préimpression se passent des services des infographistes, le concept créé par le graphiste employé de l'entreprise est directement mis en page par les infographes.

Figure 10 Les rôles et tâches des infographes



Les infographes font seulement un travail d'exécution; leurs tâches sont le traitement de texte, la codification et la mise en page. La suite du processus de préimpression est confiée à un infogreveur.

Il arrive que des infographes qui reproduisent la maquette des graphistes clients, s'occupent aussi de la sortie finale des films (scanners, traitement des photos) et assument ainsi les tâches des infogreveurs. Les infographes sont supervisés généralement par des contremaîtres ou des infographistes «sénior». Leur travail peut, dans certaines entreprises, être réparti entre deux équipes.

4.3.4. Les infogreveurs

Les infogreveurs, en préimpression, exécutent les tâches attribuées auparavant aux pelliculeurs. Ils maîtrisent parfaitement les techniques d'imprimerie. Ils peuvent, grâce à l'ordinateur, produire des films de qualité et des documents reproductibles en grande quantité. Ils connaissent aussi les rudiments des films couleurs.

Les infogreveurs sont supervisés, tout comme les infographes, par des contremaîtres ou des infographistes «sénior». Dans certaines entreprises, le travail de l'infogreveur est parfois réparti entre deux équipes. Les infogreveurs ont un niveau d'autonomie et de responsabilités limité.

4.3.5. Les conditions salariales

Les infographes peuvent espérer obtenir un salaire qui se chiffre entre 10 \$ et 20 \$ l'heure selon leur expérience de travail et leur compétence (10 \$/h pour un infographe «junior»). Une semaine de travail peut varier entre 35 h et plus de 50 h. La semaine peut être divisée en deux ou trois équipes de travail (jour, soir ou jour; soir et nuit) ou s'étendre sur une courte période de trois jours de 12 h chacun.

Certaines entreprises favorisent une relative flexibilité dans l'horaire de travail de leurs employés. Cette flexibilité est souvent déterminée en fonction de l'ancienneté de l'employé. Quelques entreprises offrent même leurs services sept jours sur sept.

L'infographiste en édition, pour sa part, doit s'attendre à un horaire qui varie selon les heures de tombée du journal.

4.4. La formation actuelle dans les grandes entreprises

4.4.1. La formation scolaire

Quelques employeurs consultés, mentionnent que certains infographistes ont suivi des cours en arts graphiques; d'autres proviennent du cégep Ahuntsic, certains infographes sont des sortants du centre de formation professionnelle de Rochebelle à Québec; d'autres encore sont des ex-typographes, des ex-graphistes, des ex-photograpeurs qui ont reçu des cours de formation interne dans leur entreprise. La plupart de ces opérateurs en infographie ont des connaissances de base en photolithographie.

4.4.2. Le perfectionnement

Les grandes entreprises en préimpression privilégient le perfectionnement interne, lequel répond mieux, semble-t-il, à leurs besoins particuliers. Certaines grandes entreprises consacrent même de deux à trois mois au perfectionnement interne de leurs employés. Le perfectionnement peut prendre la forme de stages dans des classes laboratoires et des ateliers de centres de formation professionnelle, notamment à l'école secondaire de Longueuil, au cégep de Maisonneuve et au cégep Ahuntsic. L'entreprise subventionne souvent la moitié des frais liés au perfectionnement de ses employés.

4.4.3. La formation souhaitée

Comme leurs collègues des moyennes entreprises, les employeurs des grandes entreprises en préimpression considèrent que les étudiants doivent connaître la typographie traditionnelle. Ils doivent même avoir une connaissance poussée de la typographie. Ces étudiants doivent aussi savoir utiliser l'ordinateur comme outil d'agencement typographique. Mais l'ordinateur, affirment-ils, ne remplace pas les connaissances en typographie. La formation devrait, dans ce sens, inclure des cours de design de la lettre et des cours d'histoire de la lettre. La connaissance de la typographie doit transparaître, assurent-ils, dans le projet final.

L'école devrait prévoir, selon ces employeurs, une année d'apprentissage avec le Macintosh et deux années pour apprendre la typographie de base. Une autre année de formation devrait être envisagée sous forme de stages en entreprise. De plus, l'étudiant doit apprendre le processus de séparation de couleurs et pouvoir lire la codification. Les sortants doivent posséder une bonne base en infogravure (film, pelliculage, montage) et comprendre tout le processus de la préimpression, selon les méthodes tant traditionnelles qu'informatisées.

Les sortants en infographie se doivent d'être polyvalents; ils doivent pouvoir passer de la conception graphique à la typographie, au montage et au pelliculage, et ce, en respectant les délais imposés. Ils doivent avoir de bonnes connaissances générales et poursuivre leurs démarches professionnelles vers une formation plus pointue.

L'école devrait former, affirment ces entrepreneurs, différents types d'infographistes selon les spécialités : typographie, mise en page ou films. Ils ajoutent également que les infographes des grandes entreprises en préimpression doivent changer leur perception du rôle de l'infographe car, dans un contexte de grande entreprise, ils sont des exécutants en infographie.

Ces infographistes, par contre, doivent connaître la conception, pour pouvoir seconder le graphiste, et les éléments d'un design. Ils devraient également avoir une bonne culture générale. L'école doit leur faire comprendre, cependant, que la conception demeure une très petite partie de leur travail.

4.4.4. Les lacunes observées

Les dirigeants des grandes entreprises en préimpression constatent que près de 75 p.100 des sortants connaissent peu ou ne connaissent pas la typographie traditionnelle. La plupart, soulignent-ils, ont peu ou n'ont pas de connaissances des méthodes traditionnelles et de la réalité du monde du travail.

Certains employeurs considèrent de plus que la formation des infographistes est trop technique et que le temps de formation est de trop courte durée; les sortants n'ont pas de connaissances approfondies des logiciels et des techniques de travail, d'où leur lenteur à exécuter un projet.

4.5. Les critères d'embauche

La connaissance de la typographie et des logiciels Quark Express, Adobe Photoshop, etc. est essentielle pour un candidat qui veut trouver un emploi en préimpression. La polyvalence et la motivation à se perfectionner représentent, pour l'employeur, des critères importants. L'initiative, l'autonomie et le dynamisme semblent également, pour ces employeurs, des aspects qui sont considérés au moment des rencontres avec des candidats. Ceux-ci, s'ils ont une vision globale du processus de l'édition, s'ils savent travailler avec un scanner, une RIP³⁰, une imageuse intéressent plusieurs de ces dirigeants des grandes entreprises en préimpression. La rapidité d'exécution, la capacité de travailler en équipe sont aussi des critères retenus.

30. Voir le glossaire.

5. LES POINTS DE VUE DES PERSONNES TRAVAILLANT EN PRÉIMPRESSION

5.1. Le point de vue d'un typographe d'une moyenne entreprise spécialisée en typographie «La connaissance de la typographie traditionnelle est essentielle dans la formation d'un graphiste et d'un infographiste.» C'est, selon ce maître typographe, ce qui les démarque des «pseudo» typographes. La connaissance de la typographie fait toute la différence entre un produit bas de gamme et un produit haut de gamme.

Les sortants en infographie ne peuvent prétendre être des typographes puisqu'il faut de deux à trois ans pour apprendre la typographie et 15 ans d'apprentissage pour devenir typographe. Présentement, plusieurs personnes s'improvisent typographes. Environ 1 p.100 seulement des candidats ont réussi à passer le test d'embauche dans une entreprise spécialisée en typographie. Ces rares personnes ont de trois à quatre années d'expérience. D'ailleurs, il faut accumuler un minimum de cinq années d'expérience avant de pouvoir se considérer apte à devenir un bon typographe. En Allemagne, l'apprentissage de la typographie se poursuit pendant sept ans.

Les années 1960 ont engendré un déclin de la qualité typographique avec la venue des systèmes de photocomposition, qui ont remplacé la typographie au plomb. Vers la fin des années 1980, l'ordinateur Macintosh a nui grandement aux standards de qualité exigés auparavant. Les méthodes traditionnelles imposaient des normes bien définies tandis que l'ordinateur semblait, au début, n'imposer aucune norme typographique précise. Les opérateurs de cette période laissaient beaucoup de place à la «pensée» du logiciel, sans intervenir dans le processus.

Ce typographe remarque que, depuis peu, l'ordinateur Macintosh est développé de plus en plus en fonction de son utilisation dans le processus de la typographie. Les logiciels deviennent plus flexibles et on peut modifier maintenant le crénage³¹ (*kerning*). Les typographes peuvent donc contrôler plus facilement les logiciels.

Mais le meilleur des logiciels ne peut répondre seul aux règles de l'art typographique. Les infographistes doivent développer une passion pour la beauté de la lettre ou du moins prendre conscience de son importance dans l'élaboration d'un travail de qualité. Malheureusement, la récession a obligé les clients à «couper dans la qualité». Ils font dorénavant beaucoup de compromis touchant la typographie et le design. Le retour du balancier semble, par contre,

31. Voir le glossaire.

amorcé. Et pour faciliter ce retour vers la qualité typographique, l'entreprise consultée ici a organisé, avec quelques institutions universitaires, un événement typographique d'envergure à l'automne 1994, «Typo Mondo».

Les gens du milieu, clients et étudiants, ont pu se familiariser avec la typographie traditionnelle et informatisée. Les objectifs visés étaient :

- faire prendre conscience aux gens que la typographie est un art et non pas seulement une technique informatique;
- démontrer que les typographes sont des artisans qui se passionnent pour leur métier et non pas des opérateurs d'ordinateurs;
- démontrer que les typographes se servent maintenant de l'ordinateur seulement comme outil de travail.

Seulement 15 p.100 des étudiants en design des universités montréalaises ont une bonne connaissance de la typographie. Selon le maître typographe interviewé, les collègues forment des «pseudo» typographes; le temps d'apprentissage qu'ils consacrent à l'enseignement de la typographie traditionnelle est trop limité.

La solution privilégiée? Des stages en milieu de travail. Malheureusement, constate le typographe, dans la situation économique actuelle, aucune entreprise ne peut se permettre de consacrer plusieurs semaines ou même plusieurs mois à la formation d'un étudiant. En typographie traditionnelle, remarque-t-il, on pouvait, à l'époque, vérifier en trois jours seulement si le candidat embauché répondait à nos attentes. Maintenant, il faut calculer au moins six mois d'apprentissage avec le Macintosh pour en être sûr..., selon lui.

5.2. Le point de vue d'un graphiste d'une société d'État

«L'infographiste doit développer l'aspect conception de son travail pour pouvoir seconder le graphiste au moment de l'élaboration de projets», souligne ce graphiste d'une société d'État. L'école ne doit pas restreindre, selon lui, le rôle de l'infographiste au seul aspect de l'exécution. Il y a deux volets en infographie, la technique et le graphisme. La taille de l'entreprise influe sur le statut et les fonctions de travail de l'infographiste. L'infographiste peut être, dans une grande entreprise, un spécialiste de l'informatique et travailler de concert avec le graphiste ou, dans la petite entreprise, assumer tous les rôles, de la conception à l'infogravure.

Présentement, l'école donne trop d'importance à la formation en informatique au détriment du design. Les cours sont donnés par des informaticiens et non pas par des graphistes ou des infographistes d'expérience. La formation en infographie devrait comporter deux années destinées à la recherche et à la conception. Il faudrait, selon lui, revenir au graphisme traditionnel. Il ajoute, cependant, que cette formation plus particulière ne répondrait pas aux besoins de la petite entreprise qui, elle exige de ses infographistes beaucoup de polyvalence et très peu de compétence en conception. Il constate aussi que présentement, le cégep forme des exécutants tandis que l'université forme des créateurs.

Les graphistes et les infographistes, dans son entreprise, travaillent en équipe. Les différences de tâches entre ces deux professions ne sont pas toujours claires; parfois, il peut y avoir des chevauchements dans l'élaboration d'un projet commun.

La connaissance de la typographie est, pour lui, essentielle. D'ailleurs, la typographie est liée à la formation en graphisme. Les employés en imprimerie devraient, eux aussi, connaître la typographie.

Le graphisme se situe, selon sa propre expérience, plus près des communications (rédacteurs et graphistes). Les graphistes devraient suivre des cours en communication écrite et verbale pour parvenir à exprimer le sens des formes et des couleurs dans l'élaboration de projets de communication et de publicité.

5.3. Le point de vue d'une infographe d'une grande entreprise en préimpression

« Garder le contact avec la réalité du monde du travail », voilà qui résume les propos de cette infographe qui travaille pour une grande entreprise en préimpression et qui agit à titre de consultante auprès des clients. Sollicitée à maintes reprises pour donner des cours en infographie, elle constate chaque fois que les élèves ne sont pas aptes à répondre aux exigences du travail en termes de délais de production. Ils ne sont pas prêts, non plus, à résoudre des problèmes techniques auxquels ils seront confrontés dans l'entreprise. Elle est consciente qu'on ne peut demander aux étudiants un niveau de productivité tel qu'exigé dans l'entreprise; par contre, en n'imposant aucun délai réaliste, on ne prépare pas le sortant à faire face au monde du travail.

De plus, si l'enseignant est un ex-infographe, un ex-typographe, etc., coupé de cette même réalité du travail depuis plusieurs années, il décrit alors à l'étudiant des situations de travail qui datent de quelques années. Le monde de l'infographie bouge si rapidement qu'il faudrait disposer

idéalement d'infographistes qui travaillent dans le milieu et enseignent à temps partiel. Idéal mais difficilement réalisable, selon elle, puisque l'horaire de travail peut varier d'une semaine à une autre. De plus, l'infographe, sur le marché du travail, doit constamment se recycler pour augmenter sa productivité. Ses heures de loisirs ou celles qu'il pourrait consacrer à l'enseignement sont réservées au perfectionnement.

5.4. Le point de vue d'un infographe en animation d'une petite entreprise en infographie

«L'an 2000 est là!» En effet, pour cet infographe en animation, le papier, la préimpression et l'impression sont dépassés! L'enseignement de l'infographie devrait se tourner vers le multimédia, le montage vidéo et ce, surtout avec l'avènement de l'autoroute électronique sanctionnée par le CRTC. Selon lui, notre conception de l'imprimé en sera à tout jamais bouleversée. Il y aura encore, semble-t-il, quelques brochures imprimées. Mais elles feront partie dorénavant des produits haut de gamme.

Pour survivre, les entreprises devront se positionner rapidement et envahir ce créneau visuel avant que d'autres entreprises, plus aventureuses, ne prennent toute la place disponible. Il considère que les entreprises québécoises doivent dépasser le Québec et viser le marché mondial. Elles doivent également posséder un *look* particulier.

Nous avons notre place, affirme-t-il, puisque le transcodage visuel passe par le Québec pour ensuite se diriger en Europe ou aux États-Unis. Le Québec a acquis une compétence reconnue mondialement en effets spéciaux 3D (Softimage et le *Parc jurassique*).

Selon lui, l'école privée Icarie de Montréal, qui regroupe des jeunes de 18/20 ans, semble bien prendre le virage technologique avec Electric Image, tandis que le cégep de Jonquière ne ferait qu'un survol de Softimage.

Son entreprise à caractère international exécute des contrats avec l'étranger, mais elle n'a pas encore réussi à pénétrer le marché montréalais! Il constate que le marché de l'infographie d'animation de la ville de Québec est plus protégé que celui de Montréal, où toutes les entreprises semblent vouloir s'arracher un marché limité. Les entreprises montréalaises n'envisagent qu'une diffusion québécoise, explique-t-il, alors que son entreprise, située à Québec, vise tous les marchés, au Canada comme à l'étranger.

La préimpression, un monde en transformation

Dans son étude, Price Waterhouse affirmait en 1991 : «L'industrie des communications graphiques doit faire face à une nouvelle réalité, celle de l'incertitude et du changement. Les changements qu'ont subis les marchés et la technologie au cours des dernières années vont se poursuivre. Ni les gestionnaires, ni les travailleurs ne peuvent s'attendre à ce que les marchés et la technologie redeviennent stables et prévisibles³².»

C'est visiblement ce qui se produit, encore en 1995. L'arrivée prochaine de l'autoroute électronique semble être un nouveau facteur de changements qui affectera certainement le secteur de la préimpression. Habituees de subir l'implantation de nouvelles technologies, les petites, moyennes et grosses entreprises en préimpression s'y préparent déjà, chacune à leur façon.

Visionnaires de l'an 2000, les entreprises en préimpression offrent à leur personnel un perfectionnement continu. Elles souhaitent, par la voie de la formation, se doter d'infographistes, d'infographes et de plus en plus d'infograpeurs compétents et performants. Elles ont compris, peut-être même avant l'étude de Price Waterhouse, que « les systèmes informatisés de composition et de montage sont en mesure de répondre aux besoins d'une vaste gamme d'agents de communication. Leur rendement est avant tout fonction de l'expertise des personnes chargées de les faire fonctionner³³.»

Les entreprises en préimpression ont compris aussi ceci : «Compte tenu du rythme des progrès technologiques, les compétences dans le domaine de la composition et du montage sont éphémères. L'apprentissage et le recyclage continus joueront un rôle clé pour assurer la stabilité professionnelle à long terme des travailleurs et la viabilité des entreprises³⁴.»

Pour composer avec la réalité d'aujourd'hui et de demain, les entreprises en préimpression que nous avons rencontrées au cours de cette étude, disent avoir besoin de la collaboration des établissements d'enseignement.

32. PRICE WATERHOUSE. *Ressources humaines dans l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale*, Section: Les principaux défis en matière de stratégie et de ressources humaines. Emploi et Immigration Canada, 1991, p.79.

33. *Ibid.*, p.112.

34. *Ibid.*, p.113.

Bien qu'il ne semble pas y avoir présentement de lignes directrices concernant le niveau d'autonomie et de responsabilités dans l'accomplissement des diverses fonctions de travail en préimpression, nous pensons tout de même que l'école répondrait aux souhaits des entreprises et, du même coup, à ceux des sortants qui espèrent se trouver rapidement un emploi, en formant :

- des graphistes qui, en plus d'apprendre à développer un sens créatif et à travailler avec un ou deux logiciels, apprendraient aussi la typographie, l'infographie et connaîtraient tout le processus de la préimpression; ils auraient alors une formation supérieure de techniciens;
- des infographistes qui, en plus de maîtriser certains logiciels, de connaître la typographie et de veiller à la production informatisée d'images et de dessins, auraient un sens créatif plus développé, posséderaient des connaissances générales et une curiosité culturelle sans cesse en éveil; ils auraient alors une formation de techniciens;
- des infographes qui, en plus de maîtriser plusieurs logiciels, d'exécuter la mise en page et la typographie, auraient des connaissances techniques plus poussées qui leur permettraient de résoudre certains problèmes informatiques à titre d'aides techniques; ils seraient alors des ouvriers en préimpression;
- des infograpeurs qui, en plus de maîtriser quelques logiciels en traitement de photos et pelliculage, auraient des connaissances approfondies en couleur et seraient motivés à se perfectionner constamment; ils seraient eux aussi des ouvriers en préimpression.

De plus, à l'aube d'un nouveau siècle, l'école devrait inclure un volet multimédia à son programme d'enseignement en infographie. Elle formerait ainsi :

- des infographistes d'information, qui pourraient maîtriser certains logiciels de présentation visuelle et imprimée, veiller à la production informatisée de graphiques, de tableaux et de figures; ils auraient un sens visuel plus développé, pourraient passer de l'infographie technique à l'infographie artistique et connaîtraient, évidemment, tout le processus de la préimpression à l'impression; ils auraient alors une formation de techniciens spécialisés en information;

-
- des infographistes en animation, qui pourraient maîtriser certains logiciels en 3D, veiller à la production informatisée d'images et de dessins animés, auraient un sens visuel très développé, posséderaient des connaissances en effets spéciaux ainsi qu'un intérêt pour la recherche et le développement; ils auraient alors une formation de techniciens spécialisés en animation;

 - des infographes en animation qui, en plus de maîtriser plusieurs logiciels en 3D, de reproduire une maquette animée, de connaître les effets spéciaux, auraient des connaissances techniques poussées en infographie d'animation 3D qui leur permettraient de résoudre certains problèmes informatiques à titre d'aides techniques spécialisés en animation; ils seraient alors des ouvriers spécialisés en animation.

Nous n'avons pas la prétention de croire que ces suggestions répondront à tous les désirs des entreprises en préimpression en ce qui concerne la formation scolaire des infographistes d'aujourd'hui et de demain. Le monde de la préimpression est en mutation; ce qui est nouveau maintenant sera probablement désuet dans cinq ans...

Ce qui ressort cependant de cette étude, c'est qu'il est grandement temps pour l'école et les entreprises en cause de travailler en étroite collaboration et veiller, ensemble, à la formation des futurs diplômés en préimpression.

Aussi, pour inciter tous ces gens à se questionner, nous avons rassemblé les commentaires de certaines personnes. Ces propos présentés à l'annexe 5, tentent d'illustrer l'atmosphère générale de ce milieu; ils soulèveront, nous l'espérons, des interrogations du type : *Quel est l'avenir du graphiste et de l'infographiste ? Quelle place réservera-t-on à la typographie? Devrait-on établir un code d'éthique pour les infographistes?* Etc.

Et qui sait, ces propos dessineront peut-être quelques pistes sur la voie future de la préimpression.

Références

BRODEUR, France. *Vocabulaire du pré-presse*, Montréal, Institut des communications graphiques du Québec, 1993, 57 p.

DE VILLIERS, Marie-Éva. *Multidictionnaire des difficultés de la langue française, nouvelle édition*, Montréal, Québec/Amérique, 1992, 1324 p.

GOVERNEMENT DU QUÉBEC. *BANQUE DE TERMINOLOGIE* de l'Office de la langue française, Montréal.

LAPRISE, Steve. «*GUIDE RESTRUCTURATION DES ATELIERS DE PRÉPRESSE, UN MARCHÉ CRUEL*», Revue *Production imprimée*, Montréal, avril-mai 1994.

PRICE WATERHOUSE. *Ressources humaines dans l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale*, Emploi et Immigration Canada, 1991, 121 p.

Id. *Annexe descriptive. Ressources humaines dans l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale*, Emploi et Immigration Canada, 1991, 97 p.

Annexe 1

Glossaire

Annexe 1

Glossaire

A. Termes utilisés en préimpression

L'Institut des communications graphiques du Québec a publié, en 1993, une brochure intitulée *Vocabulaire du pré-presse*¹. Nous présentons ici les termes, tirés de cet ouvrage, qui sont utilisés le plus fréquemment dans le milieu de la préimpression.

Préimpression (pré-presse n.m.) : Ensemble de toutes les fonctions préalables à l'impression. Le pré-presse prend en charge, après conception, le traitement des textes et des illustrations par moyens électroniques. On dit aussi «pré-presse électronique» (*electronic pre-press*) et pré-presse électronique couleur (*electronic colour pre-press*). Répartition des activités du pré-presse par sous-domaines : saisie, traitement de l'image, montage-imposition, production d'épreuves, sortie.

- **Saisie n.f.** : Étape qui porte sur l'acheminement de données (textes et images) par modem, satellite ou livraison de matériel, ainsi que sur leur introduction au moyen de divers logiciels et matériels. (*input*)
- **Traitement de l'image n.m.** : Numérisation de l'image au moyen de périphériques tels que scanner, appareil photo, lecteur optique, et transformation de celle-ci au moyen de systèmes de retouche, palettes graphiques et autres dispositifs ou logiciels. (*imaging*)
- **Montage-imposition n.m.** : Partie du pré-presse qui traite de l'intégration du texte et des images, suivie de l'imposition des pages montées au moyen de logiciels de mise en page et d'imposition. (*stripping-imposition*)
- **Production d'épreuves n.f.** : Représentation du travail sous sa forme définitive avant l'impression au moyen de divers types d'épreuves. (*proofing*)

1. BRODEUR, France. *Vocabulaire du pré-presse*, Montréal, Institut des communications graphiques du Québec, 1993, 57 p.

- Sortie n.f. : Étape qui comprend la production du support imagé et du support sur lequel le travail est remis à l'imprimeur, soit un film ou une plaque. Cette étape fait intervenir des appareils et logiciels dont les RIP, imageuses et imprimantes. (*output*)

Bureau de services en infographie (atelier de service pré-presse n.m. ou atelier spécialisé n.m.) : Atelier qui prend en charge une ou plusieurs étapes du pré-presse. Ce type d'atelier possède de l'équipement de traitement et de production d'épreuves et de sorties. (*service bureau*)

Cadrage n.m. : Indication, à l'aide de repères, de la partie de l'image à reproduire. (*cropping*)

Crénage n.m. ou crénage automatique n.m. : Resserrement automatique des espaces entre certains caractères adjacents pour empêcher qu'ils ne paraissent anormalement distancés. (*Kerning, automatic kerning*)

Demi-ton n.m. ou simili n.m. : Image composée de points de dimensions variées créant l'illusion d'une variation de tonalité. (*halftone*)

Double-ton n.m. ou simili duplex n.m. : Impression en deux couleurs à partir d'un original simili monochrome, auquel on ajoute une autre couleur. (*duotone*)

Épreuve n.f. : Sortie imprimée du document afin de le vérifier et d'apporter les corrections nécessaires avant impression. (*proof*)

Épreuve en placard n.f. : Empilage de lignes composées sans tenir compte de la mise en page. (*galley proof*)

Filet n.m. : Trait fin, dont l'épaisseur dépasse rarement le demi-point. (*hair line, hair-line -rule*)

Fond perdu n.m. : Illustration ou matière imprimée qui excède les repères de coupe de papier. (*bleed*)

Fonte n.f. ou police n.f. : Jeu complet de lettres, chiffres, ponctuations et caractères spéciaux appartenant à la même famille typographique. (*font*)

Image numérisée n.f. : Image dont l'information est convertie en code binaire interprétable par un ordinateur. (*digitized image; scanned image*)

Imageuse n.f. : Dispositif qui produit des sorties (textes, documents au trait et photographies) sur film ou papier. On dit aussi «photocomposeuse pleine page» et «flasheuse» (Linotronic, marque de commerce). (*imagesetter*)

Imageuse laser n.f. : Imageuse qui utilise un rayon lumineux à bande très étroite pour produire des images à partir de données numériques. (*laser imagesetter*)

Imposition n.f. : Ordonnancement des pages de sorte qu'une fois imprimées et pliées dans leur format définitif, elles suivent l'ordre logique de lecture. (*imposition*)

Imprimante (à) laser n.f. : Imprimante produisant des images noir et blanc ou couleur sur papier ordinaire par l'application d'une poudre d'encre sur les parties ionisées au moyen d'un faisceau lumineux. (*laser printer*)

Interconnexion n.f. : Câble qui réunit divers appareils, appartenant à des environnements différents, pour qu'ils puissent travailler ensemble. (*connectivity*)

Interface n.f. : Point de rencontre du matériel informatique et du logiciel. (*interface*)

Interlettrage n.m. : Espace entre les lettres. (*letter space, letterspacing*)

Interlignage n.m. : Espace entre les lignes. (*line space, linespacing*)

Intermots n.m. : Espace variable entre les mots, pouvant être augmenté ou diminué pour justifier une ligne. (*word space; wordspacing*)

Lecteur CD-ROM n.m. : Dispositif électronique dans lequel on insère un disque compact et à partir duquel on peut lire les données. (*CD-ROM drive*)

Lignes par pouce n.m. : Nombre de lignes de points dans un pouce linéaire. (*lines per inch, LPI*)

Linéature n.f. ou linéature de trame n.f. : Mesure de la finesse d'une trame imprimée en nombre de lignes. Plus le chiffre est élevé, plus la trame est fine. (*screen ruling, ruling*)

Logiciel n.m. : Programme informatique sous forme de système d'exploitation, de langage et d'application. (*software*)

Logiciel de PAO n.m. : Logiciel permettant de créer et de mettre des documents en pages. Il est utilisé sur un micro-ordinateur à vocation graphique habituellement relié à une imprimante. (*DTP software*)

Logiciel de réseau n.m. : Programme informatique permettant une exploitation en réseau, c'est-à-dire de plusieurs appareils reliés entre eux. (*networking software*)

Logiciel de traitement de texte n.m. : Logiciel permettant d'effectuer des fonctions d'écriture et de présentation graphique. (*word processor*)

Masquage n.m. : Détermination d'une partie d'image dont la couleur sera corrigée ou modifiée séparément. (*masking*)

Mémoire vive n.f. ou RAM : Support central de stockage de données, accessible en lecture et écriture. (*RAM, random access memory*)

Montage-imposition électronique n.m. : Technique qui permet de produire des pages prêtes pour l'impression. (*electronic imposition and stripping*)

Motif n.m. : Série de représentations graphiques (points, carrés, quadrillés, etc.) que l'infographiste peut utiliser pour créer ou remplir un dessin. (*pattern*)

Norme SWOP n.f. : Norme régissant les spécifications pour impression sur rotative offset. (*SWOP standard, Specifications for Web Offset Publications standard*)

Numériser v. ou balayer v. ou lire v. : Balayer un document en deux dimensions et le convertir en image par points afin de le manipuler électroniquement. Transformer des données analogiques en données numériques. (*scan (to), digitize (to)*)

Outil de croquis à main levée n.m. : Outil informatique pour dessiner une esquisse à main levée. (*freehand tool*)

Périphérique n.m. : Tout poste ou équipement interconnectable en dehors du système permanent. (*peripheral, auxiliary equipment*)

Plate-forme n.m. : Environnement informatique, c'est-à-dire l'ordinateur et son système d'exploitation. (*platform*)

PMS ou système Pantone n.m. : Marque déposée d'un échantillon de couleurs étalonnées couramment utilisé. (*Pantone Matching System, PMS*)

Poste de travail n.m. : Équipement informatique composé d'une plate-forme, de périphériques et de programmes d'application. Peut être relié à un réseau ou être autonome. (*station, workstation*)

Procédé de transfert photographique n.m. ou reproduction photomécanique n.f. : Procédé produisant, à l'aide d'un négatif papier, un positif sur papier ou film par une application de la photographie, c'est-à-dire par transfert chimique. (*photomechanical transfer, PMT*)

Publication assistée par ordinateur (PAO) n.f. : Technique d'assemblage de textes et d'images sur un micro-ordinateur en vue de créer des pages et des tracés puis de les sauvegarder afin de les exporter sur de l'équipement d'impression. (*desktop publishing, (DTP)*)

Quadrichromie n.f. : Technique et résultat de l'impression d'images en couleurs. Pour imprimer des images en couleurs, il faut préparer quatre plaques (cyan, magenta, jaune et noir) qui sont ensuite imprimées en surimpression. (*four colour process, process colour*)

Recouvrement n.m. : Technique qui consiste à prévoir le chevauchement des couleurs contiguës, les plus claires dans les plus foncées, pour compenser les variations de repérage. (*trapping*)

Repérage n.m. : Superposition parfaite des différents films ou plaques d'impression monochromes pour la reproduction d'une image couleur. (*register*)

Repère n.m. : Petits symboles, dans la marge, qui facilitent la superposition des couleurs ou, dans un document, qui indiquent le format, la pliure, etc. (*mark; crossmark*)

Réseau n.m. : Système de communication entre ordinateurs. (*network*)

Retouche n.f. : Technique qui consiste à éliminer les défauts ou à améliorer l'apparence d'une image avant de fabriquer des épreuves. (*retouching*)

RIP n.m. ou générateur d'image tramée n.m. : Partie essentielle d'une imageuse qui interprète et traduit l'information numérique pour permettre sa représentation sur film ou sur papier. (*RIP, Raster Image Processor*)

Rognage n.m. : Technique qui consiste à couper les marges des ouvrages reliés ou brochés afin d'égaliser les tranches (côtés non reliés). (*trimming*)

Scanner n.m. ou numériseur n.m. Appareil de numérisation d'originaux opaques ou transparents qui doivent être manipulés ou stockés sur ordinateur. (*scanner*)

Scanner à plat n.m. : Appareil de numérisation dans lequel les images sont montées sur une surface plane. (*flat-bed scanner*)

Scanner à tambour n.m. : Appareil de numérisation dans lequel les images sont montées sur un cylindre rotatif. (*drum scanner*)

Surexposition n.f. ou assombrissement n.m. : Durée d'exposition supérieure à celle requise par la sensibilité du support. Peut être voulue pour faire ressortir des détails dans les zones foncées. (*burning-in*)

Surimpression des couleurs n.f. : Superposition des couleurs pour en obtenir une nouvelle. Impression sur des zones colorées déjà imprimées. (*overprinting of colours*)

Système de gestion de couleur n.m. : Système qui automatise les processus d'harmonisation des couleurs et garantit la restitution fidèle des teintes. (*colour management system*)

Table de crénage n.f. : Ensemble de paires d'approches entre les lettres. (*Kerning table*)

Trame n.f. : Structure de points de taille variable utilisée pour simuler une photographie à tons continus, en couleur ou en noir et blanc. (*screen*)

Valeur RVB (rouge, vert et bleu) n.f. : Couleurs primaires additives affichées à l'écran, lesquelles doivent être converties en cyan, magenta, jaune et noir pour l'impression. (*RGB value*)

WORM : Sigle pour Write Once Read Many. Désigne la nature permanente et inaltérable des données sur certains types de supports de stockage. (*worm*)

B. Termes utilisés en impression

Price Waterhouse définit certains termes dans son glossaire² de l'*Annexe descriptive des Ressources humaines dans l'industrie canadienne de l'impression commerciale*. La majorité de ces termes relèvent davantage de l'impression proprement dite.

Nous reprenons tout de même ici ce vocabulaire qui tend, graduellement, à s'imposer en préimpression, à cause surtout des chevauchements que l'on constate de plus en plus entre les rôles et les tâches des infogreveurs et des imprimeurs.

À fond perdu, à bords vifs, à papier perdu : se dit d'une impression qui couvre une page sans laisser de marge après ébardage. Une page peut être «à fond perdu» sur un, deux ou trois côtés.

Assembler les feuilles : mettre les feuilles ou les sections d'un livre dans le bon ordre en vue de la reliure.

Bac d'alimentation : sur une presse, mécanisme qui sépare les feuilles et les place en position d'impression.

Blanchet : cylindre recouvert de plusieurs toiles et de caoutchouc qui permet, en offset, le transfert des éléments imprimants de la plaque sur le papier.

Calandrage, cylindres de calandrage : procédé par lequel le papier ou le carton obtient une finition douce et lisse. Le calandrage peut également contribuer à fixer l'épaisseur de ce papier ou de ce carton.

Calibre : épaisseur d'une feuille de papier mesurée sous certaines conditions à l'aide d'un micromètre.

Caractère à chaud : caractère moulé à partir du métal en fusion.

Collationnement : réunion des cahiers d'un livre dans l'ordre approprié pour les relier.

Copie, manuscrit, original, modèle : a) texte manuscrit, dactylographié ou imprimé que le typographe doit composer en vue de l'impression; b) tout matériel nécessaire à la production photomécanique, fourni par le client à l'imprimeur.

2. PRICE WATERHOUSE. *Ressources humaines dans l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale, Glossaire de l'Annexe descriptive*, Emploi et Immigration Canada, 1991, 97 p.

Correction de couleur : retouche pour améliorer la couleur de l'imprimé. On peut masquer, corriger par morsure ou retoucher par morsure.

Coupage à l'emporte-pièce, coupage à la forme : découpage du carton, du métal, du plastique ou d'un autre matériel à l'aide d'une forme spéciale en acier sur un marteau-pilon.

Croquis, tracé, maquette, schéma de montage, esquisse, disposition typographique : disposition de tous les éléments d'une page qu'il y aura lieu d'employer aux fins d'impression.

Cylindre de pression : sur une presse offset, cylindre qui tient le papier contre le cylindre porte-caoutchouc.

Définition, pouvoir, séparateur, résolution : nombre de points pouvant représenter un détail graphique dans une zone donnée. Sur un écran d'ordinateur, on la mesure en pixels par pouce; sur une imprimante, en points par pouce; sur un séparateur, en pixels ou points par pouce; et sur un cliché simili, en lignes par pouce (*voir linéature*).

Densité du noir, noircissement, densité optique : en photographie, la densité d'un négatif ou de toute partie du négatif est proportionnelle à son absorption lumineuse ou à son opacité.

Densitomètre : instrument électrique servant à mesurer avec exactitude la densité d'opacité ou de coloration d'une surface soit par transparence, soit par réflexion.

Écoulement : capacité d'une encre de bien s'écouler sur les surfaces des rouleaux d'une presse.

Élaguer : retrancher d'une illustration la partie non désirée.

Épreuve contrastée : épreuve sur papier par opposition à une épreuve informatique (que l'on appelle «épreuve floue»).

Épreuve de composition et de montage : épreuves photomécaniques moins fastidieuses d'emploi et moins coûteuses que les épreuves de presse.

Épreuve en couleurs : épreuve pour le contrôle de la combinaison et du registre des couleurs avant le tirage définitif. On la crée de diverses façons. Sous forme numérique, elle permet d'imprimer une épreuve sur imprimante couleur à partir de clichés négatifs; on peut créer une épreuve à sec à l'aide des systèmes Matchprint de 3M ou Cromalin de DuPont. Après exposition des clichés, on peut obtenir une épreuve entière.

Épreuve en placard, épreuve en première : épreuve tirée sur le recto d'une feuille, sans pagination et avec de grandes marges, sur laquelle est effectuée la correction.

Épreuve en tierce, morasse, épreuve de pression : épreuve finale approuvée par l'auteur ou l'éditeur, «pour impression»; se dit également d'une épreuve tirée sur la presse sur laquelle le travail sera imprimé.

Exposer : mise en contact des clichés avec une plaque de métal recouverte d'une pellicule sensible.

Filtre coloré, écran coloré : plaque transparente et colorée qui, placée entre l'objectif de la caméra et le sujet à photographier, permet d'intercepter certains rayons du spectre. Pour la séparation chromatique, on utilise des filtres bleus, verts et rouges.

Gamme d'épreuves trichromes, épreuves gammes, épreuves à report : épreuves successives de chaque cliché d'un jeu de clichés-gammes et épreuves sur lesquelles sont réunies toutes les teintes de la façon dont elles doivent être reproduites.

Génération : chaque étape subséquente de reproduction à partir de l'original.

Hydrophile : absorbant l'eau.

Hydrophobe : repoussant l'eau.

Imposition : disposition des pages d'une composition dans la forme pour qu'elles se trouvent dans l'ordre voulu sur la feuille imprimée et pliée.

Impression : a) action d'imprimer sur diverses surfaces des caractères d'imprimerie ou des dessins; b) résultat de chaque couleur dans l'impression en couleur; c) résultat de la pression du caractère, cliché ou blanchet sur le papier.

Impression au verso : impression au verso d'une feuille alors que le recto est déjà imprimé.

Interface libre de composition et de montage : conventions en PostScript élaborées par Aldus pour transmettre aux logiciels de séparation chromatique les renseignements de mise en page informatisée.

Linéature (de trame) : nombre de lignes par pouce. En général, une mesure de la linéature de trame.

Maquette : feuillet non imprimé, mais plié, rogné ou non, pour illustrer l'apparence générale, le format et l'épaisseur d'un ouvrage projeté de façon à déterminer son prix. La maquette contient parfois quelques pages imprimées pour visualiser le caractère et la mise en page.

Marge de pinces, blanc de pinces, prise de pinces, blanc de prise : marge allouée dans la feuille d'impression pour permettre aux pinces de la presse de la saisir.

Mise en route : ensemble des opérations qui s'effectuent sur la presse avant le tirage définitif, en vue de donner à celui-ci toute la régularité désirable.

Montage, pelliculage : en offset, assemblage sur glace ou pellicule indéformable des textes et illustrations qui seront copiés en une seule pose. Cette opération correspond à l'imposition en typographie. Elle s'effectue sur des tables lumineuses et d'après le tracé de la maquette. Par exemple, un cliché simili doit être pelliculé à l'aide de ses éléments, le caractère et les graphiques au trait pour reproduire le négatif destiné à une impression en noir et blanc. On utilise aussi aujourd'hui le pelliculage électronique numérisé.

Mouches, larrons, puces : défauts d'impression d'une presse offset dus à des poussières ou à des particules étrangères qui se déposent dans l'encre ou sur la plaque pendant l'impression.

Numéros PMS : numéros se rapportant à des combinaisons précises d'encre servant à mélanger diverses couleurs.

Offset : procédé d'impression à plat fondé sur le principe lithographique, c'est-à-dire sur la répulsion des encres grasses et de l'eau. L'offset se distingue des autres procédés lithographiques par le fait que le papier ne vient pas en contact direct avec les éléments imprimants. Il reçoit son impression d'un cylindre revêtu d'une feuille de caoutchouc, dite blanchet, préalablement mise en contact avec les éléments encrés, qui y sont décalqués.

Offset sec, offset à sec, typographie indirecte : terme anglais issu de letterpress et de offset. Impression faisant appel aux techniques de l'offset, sauf que la plaque est en relief et que le mouillage de la plaque a été supprimé.

Papier couché : papier enduit d'une matière spéciale sur un ou deux côtés pour produire une surface lisse.

Pelliculage : enduit d'une couche de matière plastique adhérente sur une feuille de papier pour la protéger.

Petits-fonds, fonds : espace formé par les marges intérieures de deux pages, placées en regard l'une de l'autre.

Pince, taquet de prise, pince de marge : sur une presse alimentée en feuilles, doigt mécanique qui prend et tient la feuille en place durant l'impression.

Préparation de la copie, préparation du manuscrit : en composition typographique, révision complète de la copie afin de s'assurer qu'elle comporte un minimum d'erreurs avant de la composer en caractères. Disposition des diverses parties d'une page à photographier aux fins de reproduction.

Prêt à photographier : copie dont on se sert en photographie et qui est susceptible de ne subir aucun autre changement.

Qualité d'impression : qualités du papier qui touchent son aspect et la qualité de reproduction.

Reliure : activités comprenant la coupe, le pliage, l'interclassement, le brochage et la reliure même.

Remplacement du gris : en impression quadrichrome, technique relativement nouvelle qui permet de substituer le noir aux autres couleurs. En réduisant la quantité d'encre utilisée, on maintient une meilleure consistance des couleurs, on évite les problèmes de presse et on économise de l'argent.

Repérage : en polychromie, assemblage des clichés-gammes pour obtenir une superposition parfaite des couleurs, à l'aide de repères placés à l'extérieur de la zone de rognage.

Reprographie : ensemble des moyens de reproduction.

Sélection des couleurs : séparation des trois couleurs primaires d'une image à ton continu en trois négatifs ou positifs pour chaque couleur.

Sens machine : direction des fibres d'une feuille de papier, qui est la même que le mouvement de la pâte sur la machine à papier.

Séparateur, sélection électronique, sélecteur électronique : dispositif électronique qui décompose une image ou des données numérisées (en blanc et noir ou en couleur) de ses éléments, d'ombres et de douceurs, ou en ses couleurs primaires, pour la reproduire. Peut décomposer une copie réfléchive ou un transparent et peut être un modèle à main ou de bureau, ou même, un imageur couleur très perfectionné.

Séparation quadrichrome : les quatre couleurs d'encre utilisées en imprimerie sont le cyan, le magenta, le jaune et le noir. La séparation chromatique permet de séparer une image en ces quatre couleurs, à partir desquelles on peut reproduire la plupart des teintes. En théorie, une proportion à 100 p. 100 de cyan, de magenta et de jaune donne le noir. Dans la pratique, il faut ajouter du noir pour que cette couleur ait l'intensité nécessaire.

Signature, section, cahier : feuillet plié correspondant à une partie du volume.

Similigravure, simili : photogravure en demi-teinte obtenue au moyen de réseaux ou trames à travers lesquels sont photographiés les objets. Par extension, cliché ainsi obtenu. Une photographie noir et blanc requiert un seul simili, les clichés quadrichromes en requièrent un pour chaque couleur.

Toucheurs : dans le système d'encrage en offset, les toucheurs sont en contact avec la plaque, qu'ils nourrissent d'encre à chaque tour.

Unité de traitement de trame-image : dispositif de sortie directe, imprimante ou composeuse optique qui effectue le traitement de la trame-image.

Vernis à réduire : vernis, solvants ou produits huileux ou gras ajoutés à l'encre pour l'éclaircir ou réduire sa consistance.

Vernis, laque : solution employée pour le couchage du papier ou pour appliquer une pellicule lustrée, décorative ou protectrice sur la surface du papier.

Annexe 2

Questionnaire

date :

nom de l'entreprise :

adresse :

téléphone :

télécopieur :

personne-ressource :

titre-fonction au sein de l'entreprise :

Historique de l'entreprise

spécialités-services :

depuis combien d'années :

succursales :

équipement :

Personnel

nombre de cadres :

nombre d'employés :

sexe :

moyenne d'âge :

Statut des employés

temps plein :

temps partiel :

permanents :

pigistes :

contractuels :

nombre d'heures/semaine (moyenne) :

Environnement de travail

studio :

bureau :

à la maison :

*santé-sécurité

Description des fonctions de travail dans l'entreprise (titres et fonctions)

*graphiste vs infographiste :

tâches respectives :

supervision (qui supervise qui?) :

gestion?

Salaire/h

entre 6 et 8 \$:

entre 8 et 10 \$:

plus de 10 \$:

Formation scolaire

DEC :

cours du soir :

à l'embauche :

maintenant :

*perfectionnement

*difficulté à trouver de la main-d'oeuvre qualifiée

Annexe 3

Tableau synthèse des entreprises consultées

Annexe 3

Tableau synthèse des entreprises consultées

	Petites entreprises	Moyennes entreprises	Grandes entreprises
Âge de l'entreprise	1 an à 6 ans	8 ans à 23 ans	16 ans et plus
Nombre total d'employé(e)s	10 et moins	11 à 20	21 et plus
Spécialité-services			
bureau de services	oui	oui	oui
infographie	oui	oui	oui
infogravure	oui/non	oui	oui
édition	non	oui	oui
Statut des employés			
graphistes	parfois (souvent client)	oui (client)	parfois (client ou employé)
infographistes	oui	parfois	parfois (consultant)
infographes	oui	oui	oui
infograpeurs	non	oui/non	oui/non
Tâches de travail			
conception	souvent/parfois	parfois	parfois
production informatisée de dessins et d'images	oui	oui	oui
mise en page	oui	oui	oui
typographie	oui	oui	oui
films (traitement, pelliculage)	rarement	parfois	parfois
Salaire/heure			
infographistes	8 à 10 \$+	10 à 22 \$	20 \$+
infographes	nil	9 à 30 \$+	10 et 20 \$
infograpeurs	nil	10 à 15 \$	10 et 20 \$
Heures/semaine			
infographistes	35 à 40 h	35 h	nil
infographes	nil	35 à 37 1/2 h	35 h à 50 h
infograpeurs	nil	40 h	aucune donnée
Temps de travail			
jour	oui	oui	oui
soir	rarement	oui	oui
nuit	jamais	rarement	oui
Formation scolaire			
infographistes	variée	Formation technique	Formation technique
infographes	nil	ex-typographes	Formation professionnelle
			ex-typographes
			ex-graphistes
infograpeurs	nil	ex-pelliculeurs	ex-photograpeurs
			aucune donnée
Perfectionnement			
interne	oui	oui	oui
cours adaptés	parfois	parfois	parfois

Annexe 4

Liste des personnes-ressources de chacune des entreprises consultées

Patrick Pierra et Michèle Vanasse

Production Imprimée

Entreprise d'édition

(Montréal)

Ghislain Brisson

Reprotech

Entreprise d'infogravure et imprimerie

(Montréal)

Jacques Desrochers

CompoEm

Entreprise d'infographie

(Montréal)

Daniel Martial

Lithographie Vieux Laprairie

Bureau de services infographiques

(Brossard)

Christian Mathieu

StanMont inc.

Entreprise d'infogravure

(Montréal)

Stephen Cournoyer et Benoît Lavoie

Voir

Entreprise d'édition

(Montréal)

Normand Pilotte

Hydro-Québec

Société d'État

(Montréal)

Gérald Brassard et Linda Bisson

Quebecor Photolitho

Entreprise d'infographie

(Montréal)

Serge Côté et Jocelyn Armstrong

Graphiscan info-couleur inc.

Entreprise d'infogravure

(Québec)

Annexe 5

Propos recueillis lors des entrevues

Annexe 5

Propos recueillis lors des entrevues

- Reconnaissance professionnelle

Il faudrait une association d'infographistes pour établir un code d'éthique, des normes minimales de travail et acquérir une reconnaissance professionnelle.

- Autres volets infographiques

Le mot «infographiste» pourrait aussi provenir des mots «informatique et information graphiste». En Europe, on parle «d'infographiste d'information» lorsqu'il s'agit d'exécuter des tableaux et organigrammes d'information destinés au grand public.

Il y a les producteurs graphistes et les créateurs graphistes...

- Retour à la qualité typographique

Pour le produit haut de gamme, les typographes doivent avoir six ou sept ans d'expérience. Un produit bas de gamme peut être fait par un infographiste, de A à Z.

D'ici quatre ou cinq ans, il y aura un retour de plusieurs contrats. Les agences constatent présentement qu'il est coûteux d'essayer d'assumer tout le processus, de la création à l'impression. Ces agences constatent, en termes de dollars, que la qualité graphique de l'annonce est intangible peut-être, mais vérifiable en termes de profit. Les logiciels se sont améliorés côté typographie, la compétence en typographie augmente et les exigences de qualité ont repris.

Je serais disposé à embaucher un typographe auquel j'apprendrais l'infographie, plutôt qu'un infographiste sans connaissance de la typographie.

Auparavant, en 1978-84, la qualité des imprimés atteignait des sommets. La qualité s'est détériorée pendant les années 1988-93. L'année 1994 a semblé ramener la qualité dans les milieux de la préimpression et de l'impression.

- Formation

Pour déterminer si la formation devrait être d'ordre secondaire ou collégial, il devrait y avoir une table ronde, un forum regroupant les gens du milieu pour évaluer l'avenir de la préimpression et de l'impression.

Difficulté d'avoir des infographistes à la fois connaisseurs en logiciels et créateurs car ceux qui deviennent des créateurs délaissent progressivement le volet technique et vice versa.

Les sortants en infographie du cégep et de l'université ont une mentalité de graphiste.

La formation professionnelle correspond au type d'infographistes (infographes et infograpeurs) recherchés. C'est la réalité de l'entreprise : les infographistes font un travail d'exécution.

La formation au cégep Ahunatic vise deux niveaux d'infographiste : l'infographiste-graphiste et le technicien en infographie.

La polyvalente Monseigneur Richard (PMR) forme mieux les infographes comme étant des exécutants.

- Relations entre les infographistes/infographes/infograpeurs

Les infographistes travaillent avec les infograpeurs et avec les graphistes.

Il existe très peu de réels infographistes.

Il n'y a pas le même rythme dans un atelier de conception, où le graphiste a beaucoup de temps pour créer un projet, et dans un atelier de production où l'entreprise vend de la minute. L'entreprise doit compter de quatre à cinq années pour obtenir à la rapidité d'exécution lorsqu'elle embauche un infographiste.

Les exigences augmentent pour les infographistes et les infograpeurs, et les salaires diminuent en comparaison avec l'époque des méthodes traditionnelles d'imprimerie.

Présentement, toutes les entreprises et leur personnel apprennent en même temps; c'est positif.

- **Avenir**

Les infograpeurs vont devenir des consultants au moment de l'application de l'autoroute électronique; il y aura une évolution des tâches de l'infograpeur sur films télé. Ils feront peut-être de la photo d'animation. Ils pourraient, alors, porter le titre de «photograpeurs».

Le multimédia nous amène à contresens de la spécialisation.

- **Clientèle**

La clientèle devrait, elle aussi, connaître davantage les logiciels, se tenir au fait des nouveautés et de leurs possibilités. Les entreprises doivent informer leur clientèle.

La supervision par des gens du métier manque aux graphistes pigistes. Le concept élaboré à la pige pour un client arrive souvent à l'entreprise d'infographie avec beaucoup d'erreurs techniques.

