



# LES AFFAIRES

Le No 1  
de la finance  
et de  
l'économie  
au Québec

MONTRÉAL, SAMEDI LE 19 JANVIER 1991

CAHIER C 16 PAGES

**L'IMPRIMERIE  
QUEBÉCOISE  
S'IMPOSE PAR SA  
CREATIVITÉ**

P. C-6

**LES GRANDS  
IMPRIMEURS  
GAGNENT DES  
PARTS DE MARCHÉ**

LA RÉCESSION  
ACCENTUERA LES  
FORCES ET LES  
FAIBLESSES DE CHACUN  
P. C-2

**LES IMPRIMEURS  
SONT DE PLUS EN  
PLUS SPÉCIALISÉS**

P. C-8

## Un monde sans papier... nous avait-on promis

■ a! les promesses de l'ordinateur. « Un bureau sans papier! » nous disaient. Résultat : nos bureaux n'ont jamais été tant encombrés, les imprimeurs n'ont jamais tant imprimé.

Aussi, il n'est pas étonnant, aujourd'hui, qu'on prenne avec un grain de sel ces promesses réitérées.

Cependant, certains croient que c'est là une erreur, que cette fois, ce sera vrai. Pour Michel Cartier, professeur en communications à l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et spécialiste des nouvelles technologies, une évolution phénoménale est à venir du côté des télécommunications.

Au cours des trois à quatre dernières années, on a essentiellement informatisé des méthodes de travail manuelles sans rien changer à l'essence même du médium écrit, explique-t-il : « on a travaillé sur de l'acquis ».

### Nouveau type d'imprimerie en train de naître

Avec des logiciels plus sophistiqués, des ordinateurs de plus en plus puissants, des algorithmes capables de traiter 16 M de couleurs et la compression des images - qui les rend moins coûteuses à transmettre par satellite -, un nouveau type d'imprimerie est en train de naître. Sans doute peu susceptible d'être implanté à court terme, celui-ci est quand même destiné à remplacer en partie les modes de diffusion actuels.

L'ordinateur est devenu le carrefour des médias. Le mariage du texte, de l'image et du son, communément appelé *multimédia*, annonce l'émergence de ce que M. Cartier appelle la *médiatique*. De nouveaux styles de mise en page feront intervenir le principal atout de l'informatique, son interactivité et donc la possibilité d'une consultation dynamique.

Les Nord-Américains reçoivent annuellement 63 milliards de circulaires et d'imprimés reliés au marketing direct. Tous ces produits sont périmés après quelques jours. « Est-ce qu'il ne serait pas plus efficace d'envoyer cela directement à la maison par ligne téléphonique », se demande M. Cartier, présentant la pression de la population pour limiter l'avalanche dans les boîtes aux lettres.

### Transformation de la demande

La diffusion de la même qualité d'information devra toutefois attendre la

# L'IMPRIMERIE

## Un secteur d'excellence au Québec

**Le secteur de l'imprimerie au Canada a traversé une période de restructuration dont les principaux gagnants sont les Québécois.**

**Les imprimeurs d'ici sont importants, ont du muscle et sont reconnus en Amérique du Nord pour la qualité de leur produit. C'est-à-dire, des travailleurs de l'imprimerie Transmag font le journal LES AFFAIRES**

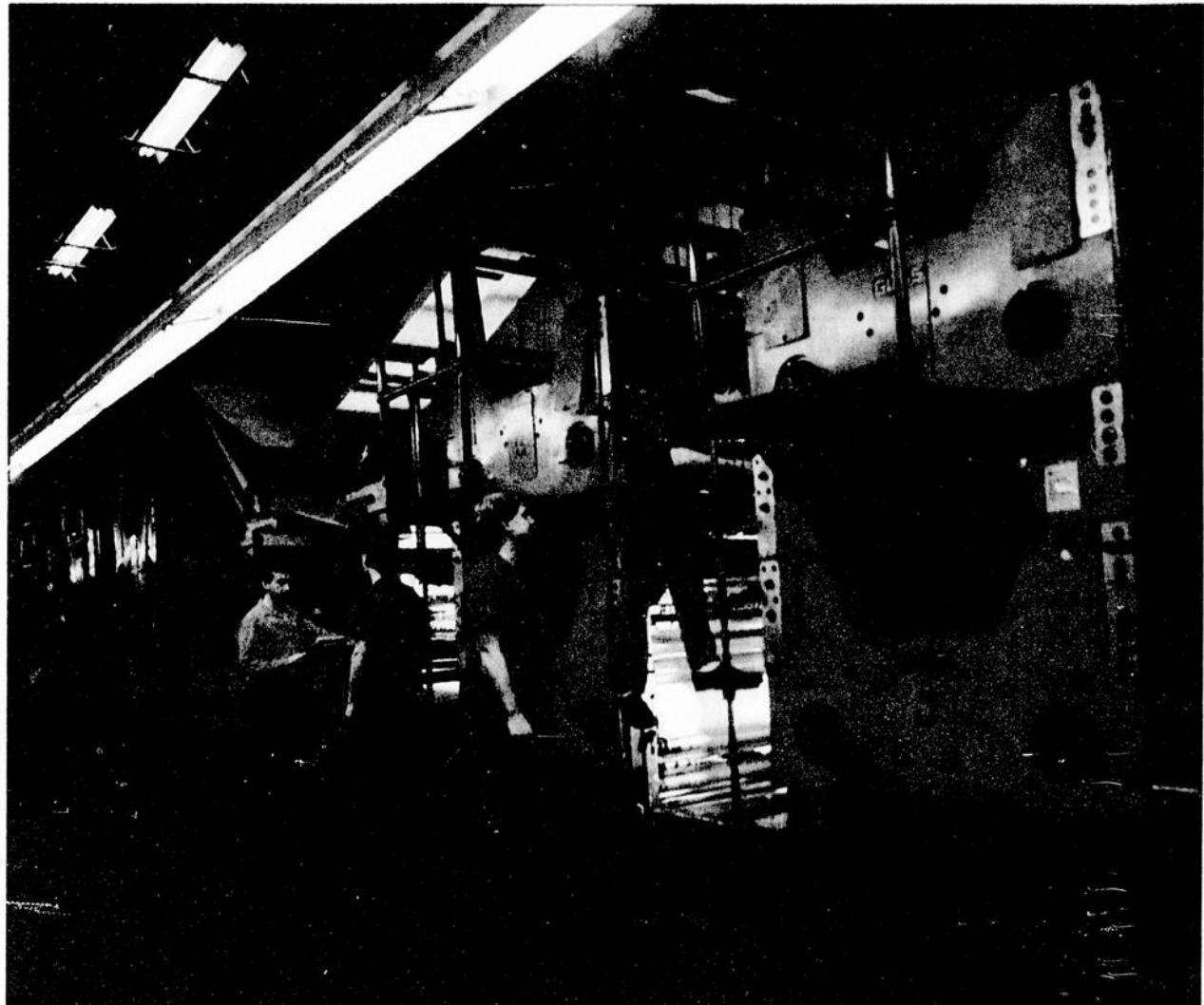


Photo Jean-Cy Perreault, LES AFFAIRES



**Michel Cartier estime que des changements majeurs sont à venir pour les imprimeurs**

mise en place du Réseau numérique intégré de services (RNIS), procédé qui permettra au réseau téléphonique, dans un horizon de sept à 10 ans, de transmettre aussi bien du texte que des images et du son.

« Dans les maisons intelligentes de demain, le catalogue Eaton sera accessible à partir de l'ordinateur domestique. L'imprimeur devra se plier à ces nouvelles conditions s'il veut aller chercher de nouveaux marchés. L'industrie de l'imprimerie et du vidéotexte se donneront la main pour être plus efficaces », prévoit M. Cartier.

Fils d'imprimeur et typographe de métier après avoir fréquenté l'École des arts graphiques maintenant intégrée au Cégep Ahuntsic, le professeur de l'UQAM se garde bien d'annoncer la mort de l'imprimerie : « Il va encore s'imprimer des livres, mais peut-être

moins d'annuaires téléphoniques ».

Membre de la délégation canadienne à un colloque de l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE), tenu il y a trois ans à Paris et intitulé *Énergie et Information*, M. Cartier avait exprimé le point de vue suivant : l'évolution de la technologie et les besoins du public ne réduiront pas la demande de papier. Même si cette demande n'augmentera pas non plus significativement, elle risque de changer pour bifurquer vers des produits de plus grande qualité.

Au célèbre Media Lab du Massachusetts Institute of Technology (MIT), des recherches portent actuellement sur des machines à 32 bits, à large bande passante et à haute résolution afin d'expédier des images très sophistiquées par satellite. Déjà utilisée par l'imprimerie afin de transmettre à dis-

tance les conceptions de base vers les lieux d'impression - le pionnier dans le domaine étant le journal USA Today - cette technologie pourrait un jour se passer... du support papier, pense M. Cartier.

L'exemple des *majors* mondiaux dans le secteur des communications donne une indication de la concentration poussée que pourraient atteindre les médias. Souvent paillis avec des journaux et des imprimeries, plusieurs sont maintenant présents dans la télévision, le cinéma et la câblodistribution.

« Certains sont même en train d'acheter des satellites », conclut M. Cartier en citant l'exemple du magnat anglais de la presse, Robert Maxwell.

VALLIER  
LAPIERRE

Les grands imprimeurs gagnent des parts de marché

# Les imprimeurs seront inégalement frappés

La conjoncture affectera les imprimeurs de façon discriminatoire en accentuant les forces et les désavantages de chacun d'eux face aux conditions changeantes du marché. L'évolution technologique a déjà commencé à départager les imprimeurs : d'un côté, les très grandes entreprises et les petits imprimeurs, de l'autre, ceux de taille moyenne, qui voient leurs parts de marché rétrécir au profit des premiers.

En effet, l'évolution des presses et des équipements de pré-impression offre des avantages compétitifs aux deux bouts de l'échelle.

Plus rapides mais toujours aussi dispendieuses, les presses permettent d'accomplir plusieurs travaux diversifiés dans le même temps qu'on mettait autrefois à livrer une seule commande importante. Totalement informatisés depuis quelques temps, les traceurs (scanners) et imprimantes de films, entre autres, suivent l'évolution des prix des ordinateurs et permettent à l'imprimeur de quartier d'obtenir des résultats de qualité.

## Grandes firmes à vendre

Pour suivre le rythme de

l'évolution de l'équipement, toutefois, les entreprises se sont endettées. « Tout le monde a emprunté, affirme Charles G. Cavell, chef de l'exploitation d'Imprimeries Québecor. C'est la raison pour laquelle plusieurs imprimeurs sont à vendre. Aux États-Unis, on en connaît un parmi les 12 plus importants qui veut se retirer. »

Pour son supérieur immédiat, Jean Neveu, chef de la direction, la situation prend même l'allure d'une débandade. « L'entreprise n'a pas le temps d'examiner tous les dossiers qui se présentent. On va prendre le temps qu'il faut pour bien diriger nos installations. Tout en complétant le réseau existant, on ne sera pas capable d'acheter tout ce qui bouge. »

Pour les deux co-dirigeants d'Imprimerie Québecor, rencontrés au siège social de l'entreprise, situé rue Saint-Jacques, à Montréal, la diversification de la firme est la meilleure garantie contre le ralentissement. Même si la publicité baisse, les clients auront encore besoin de chèques, la meilleure forme de



Jean Neveu, chef de la direction d'Imprimeries Québecor, avance que certains marchés sont épargnés par la récession. C'est le cas des magazines du dimanche, encartés dans plusieurs quotidiens américains, dont l'entreprise imprime plus de 50 M de copies à chaque semaine.

reçu, et d'annuaires téléphoniques, entre autres.

Chez le compétiteur, Imprimerie Trans-Continental, on ne se laisse pas non plus abattre par la récession. Principalement présente dans le sous-secteur de la circu-

laire, l'entreprise ne ressent pas de grande réduction de ses affaires. Cam Gentile, président de cette division de Groupe Transcontinental G.T.C. (Mtl B, 0,355 \$), croit par contre qu'on n'assistera pas à une croissance

de 15 à 20 % comme il y a quelques années.

## Prix coupés

Avec un marché plus mature, il serait plus plausible

Tél.: (514) 358-1997  
Fax: (514) 358-3980

Les distributions S.L. Inc.

ENCARTAGE • PLIAGE • COLLAGE  
ENSACHAGE • SCELLAGE  
ÉTIQUETAGE...

145, ROUTE 104  
IBERVILLE, QC J2X 1H4

Un rapport annuel à imprimer, une brochure, une papeterie complète, un communiqué de presse, une affiche? Pour tout genre d'imprimés, nous vous offrons une gamme très variée de papiers fins et recyclés. En exclusivité chez Lauzier Little, CONCEPT de Beckett.

**RECYCLED PAPER**

**LAUZIER LITTLE**

DIVISION D'ARTS DE LA PRESSE

150, rue Clément, Ville LaSalle, Québec H8R 3W1 Télécopieur: (514) 367-2825  
Salle d'échantillons Tel: (514) 367-2724

## par la récession

de connaître une augmentation de 2 à 4 % des ventes dans le domaine de la circulaire.

« Si les clients réduisent le nombre de pages, ils maintiennent cependant celui des parutions. L'outil a fait ses preuves et devient encore plus efficace en temps de récession lorsqu'il faut faire sortir les gens de chez-eux avec les aubaines », explique M. Gentile.

La pression serait, semble-t-il, plus forte du côté des exploitants de presses à feuilles que chez ceux possédant des presses rotatives. Ces derniers sont spécialisés dans les grands tirages et offrent leurs services aux importantes chaînes de détail.

Ainsi, Claude Clermont, directeur général d'une imprimerie qui utilise une presse à feuilles, Acme Litho, 23e imprimeur en importance au Canada, établi à Montréal, Québec et Toronto, sent effectivement le marché se resserrer.

« Les faillites et les prises de contrôle sont inévitables. Certains ont déjà commencé

à couper leurs prix de 25 à 30 % et ne pourront pas continuer longtemps puisqu'ils fonctionnent en bas de leurs coûts de cette façon », pense M. Clermont.

Chez Imprimerie RBT, filiale montréalaise du Groupe Lawson Mardon, entreprise possédant 43 imprimeries à travers le monde et sise à Mississauga, en Ontario, on a enregistré une réduction de 15 à 20 % des commandes et, en conséquence, une baisse de la marge de profit. Son directeur général, Jules Chartier, reste optimiste en misant sur la force du groupe pour passer à travers.

### Croissance nulle

« Il y en a qui doivent avoir la vie dure dans le moment, de dire M. Chartier. La collection est assez difficile. Il faut être ferme au niveau du crédit. Ici, depuis quatre à cinq mois, on ne prend plus de chance sur ce plan. Si la cote n'est pas bonne, on exige de se faire payer sur le champ. »

Directeur général de Graphique Couleur, l'un des 10 plus importants imprimeurs de presses à feuilles au Québec, Yvon Chartier (sans lien de parenté avec Jules Chartier) note que la firme a l'avantage de posséder deux unités de presse de largeur différente, ce qui lui donne accès à un marché plus large.

« Il va falloir des factures un moment donné. Il y a des choses dont les clients ne peuvent se passer », se dit-il, confiant de traverser sans encombre la période actuelle.

Selon Jacques Gagnon, économiste à l'emploi du ministère de l'Industrie, commerce et technologie, à Québec, certains imprimeurs seront plus fortement touchés par la récession à cause de leur dépendance étroite envers la publicité, que l'on sait déjà très affectée.

« On ne verra pas un recul brutal de l'ensemble du secteur, mais plutôt une croissance nulle », indique-t-il toutefois en conclusion.

VALLIER  
LAPIERRE



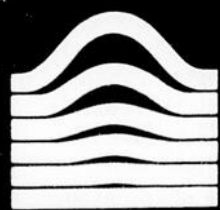
LES MESSAGERIES DUCEPPE INC.  
3130, Rouen, Montréal H1W 1K6  
Tél.: (514) 522-6254 • Fax: (514) 522-1502

Toute  
l'équipe de  
Messageries Duceppe  
tient à féliciter  
les récipiendaires  
du Gala Gutenberg.



**É** tant membre de l'Association des Artisans des Arts Graphiques, nous sommes fiers d'être parmi les meilleurs imprimeurs en Amérique du Nord.

Dans le cadre du «Concours International Gallery of Superb Printing 1990», Richard Veilleux imprimeur inc. a remporté 18 prix pour l'excellence de son travail.



**Richard Veilleux  
imprimeur inc.**

7960, rue Jarry Est, Anjou, QC H1J 1H5  
Tel: (514) 354-1270 Fax: (514) 354-4899

C'est pourquoi nous tenons à remercier tous nos clients de la confiance qu'ils nous témoignent.

## Le secteur de l'imprimerie regroupe le plus grand nombre d'entreprises manufacturières au La concentration de l'imprimerie est plus avancée

La restructuration récente du secteur de l'imprimerie au Canada, au profit surtout des joueurs québécois, aura accentué une réalité présente depuis quelques années : le secteur est davantage concentré ici que chez nos voisins américains. Toutefois, par rapport aux autres industries, cette concentration reste tout de même faible, puisque 97 % des imprimeurs canadiens comptent moins de 100 employés.

Fait peu connu, l'imprimerie constitue le quatrième

employeur au Canada. Avec 79 000 employés en 1989, ce secteur embauche 5 000 personnes de plus que le secteur suivant en importance, celui des véhicules moteurs. Il se retrouve cependant seulement au 10e rang pour la valeur de ses expéditions, qui se chiffraient à environ 7 milliards \$ en 1989.

Tout en générant des ventes moyennes par employé inférieures à d'autres industries, l'imprimerie a tout de même réussi à mieux performer que l'ensemble du

secteur manufacturier canadien entre 1973 et 1987. Selon un profil dressé récemment par l'Association Canadienne de l'Imprimerie (ACI), ses expéditions ont augmenté pendant cette période à un taux annuel de 12,5 % par année.

### Surtout des PME

Cette croissance a fait en sorte que la part des ventes de l'imprimerie est passée de 1,5 % à 1,9 % des ventes totales du secteur manufactu-

rier dans le même laps de temps. Même si elle requiert moins de main-d'oeuvre à la production à cause de la modernisation des équipements, la fabrication d'imprimés continue de mobiliser de nombreux salariés, ses emplois manufacturiers comptant pour 3,2 % de l'ensemble en 1987 par rapport à 2,5 % en 1973.

La plus grande dépendance de l'imprimerie face à la main-d'oeuvre est directement reliée à la petite taille de ses entreprises. L'ACI dé-

nombre 4 400 entreprises actives dans ce secteur en 1989. Dans un récent portrait de l'industrie canadienne, reposant toutefois sur des chiffres de 1986, le magazine américain *Graphic Arts Monthly* en dénombrait 4 175 au total.

Avec des ventes de 1,4 M\$ par établissement et une moyenne de 14,5 employés, l'industrie canadienne bénéficie, de façon étonnante, d'une plus grande concentration que sa contrepartie américaine, selon cette publication spécialisée. L'explication fournie est que la population canadienne est elle-même regroupée sur une partie infime de son territoire géographique.

Cam Gentile, président d'Imprimerie Trans-Continentale, filiale du Groupe Transcontinental G.T.C. (Mtl B, 0,355 \$) pense que l'imprimerie, aux États-Unis, a échappé à la vague des fusions et acquisitions parce que les marges bénéficiaires sont moins intéressantes dans cette industrie. Il entrevoit toutefois une rationalisation analogue à ce qui est survenu au Canada au cours des prochaines années.

### Montée fulgurante

En fait, la concentration est encore plus forte au Québec que dans le reste du Canada. En 1986, dernière année pour laquelle on dispose de chiffres complets, les 855 entreprises du secteur employaient 15 760 personnes, pour une moyenne de 18,4 employés par entreprise.

D'ailleurs, tout en employant au Québec un pourcentage de travailleurs canadiens de l'imprimerie correspondant à celui de la population québécoise dans l'ensemble canadien, les imprimeurs québécois ont été les premiers responsables de la rationalisation intervenue au Canada.

En outre, cette manœuvre peut être attribuée essentiellement à deux intervenants, Imprimeries Québecor, filiale de Québecor (Mtl B, 13,75 \$) et Imprimerie Trans-Continentale.

En achetant BCE Publitech, à l'automne 1988, Québecor se hissait au premier rang des imprimeurs canadiens. Après 26 ans dans l'imprimerie, depuis la mise sur pied, en 1962, de *Montreal Offset*, l'entreprise déclassait deux autres entreprises plus que centennaires, *Southam Graphics Group* et *Macleam Hunter Printing Division*.

De son côté, après seulement 14 ans d'existence, Imprimerie Trans-Continentale

figure au quatrième rang pour ses ventes totales au Canada et aux États-Unis, grâce à des acquisitions réalisées graduellement des deux côtés de la frontière. Son dernier achat du côté canadien, *Canadian Publishers*, une filiale de *Southam*, lui a permis de renforcer sa présence à Calgary et de prendre pied à Winnipeg.

### Influence du libre-échange

L'appétit de Québecor ne s'est pas arrêté au Canada. Afin de mieux se positionner en fonction du libre-échange, l'entreprise a fait l'acquisition, en 1989, de *Maxwell Graphics*, la division imprimérie aux États-Unis du groupe anglais *Maxwell Communication Corp*. En doublant ses revenus dans l'imprimerie, qui se sont chiffrés autour de 1,7 milliard \$ en 1990, la firme québécoise devenait le deuxième plus important imprimeur nord-américain.

Déjà implantée aux États-Unis où elle possédait sept établissements, Québecor redoutait la levée des tarifs douaniers dans l'imprimerie qui protégeaient davantage l'industrie canadienne, notamment dans le secteur des imprimés commerciaux (circulaires, encarts, catalogues). Dans ce sous-secteur, les tarifs douaniers canadiens avant le libre-échange étaient de 24 à 27 % alors que les tarifs américains étaient de 2 %. À partir du 1er janvier 1993, tous les tarifs seront abolis.

Jean Neveu et Charles G. Cavell, respectivement chef de la direction et chef de l'exploitation d'Imprimeries Québecor, division créée au début de 1989, expliquent que la décision de réaliser une acquisition importante aux États-Unis avait même été prise avant celle d'acheter Publitech.

Bien que davantage morcelé, le marché américain compte plusieurs joueurs importants qui génèrent 70 milliards \$ de ventes annuellement. Deuxième entreprise au Canada, *Southam* se retrouve au 13e rang à l'échelle nord-américaine. *R. R. Donnelley & Sons*, le plus important imprimeur américain, établi à Chicago, réalise un chiffre d'affaires de 3,1 milliards \$.

Sur chaque dollar dépensé, explique M. Cavell, la moitié est consacrée en achat d'équipement et de matières premières. En choisissant comme stratégie d'être présente dans presque tous les

LE PRIX GUTENBERG  
EST AUX ARTS GRAPHIQUES  
CE QUE LE COQ  
EST À LA PUBLICITÉ  
LA RECONNAISSANCE  
DE L'EXCELLENCE  
PAR SES PAIRS

CATÉGORIE:  
LIVRE COUVERTURE RIGIDE  
SÉPARATION DE COULEURS



graphiscam  
M O N T R É A L

3845, boul. Leman • Laval (Québec) H7E 5A6 (514) 661-7706 Télécopieur: (514) 661-4921

MERCI À NOS ARTISANS ET PARTENAIRES

**CROSFIELD**  
McCutcheon-Graphique Inc.

LES ARTS GRAPHIQUES  
**leo**

**aldin**  
graphiques inc.

Canada

# au Canada qu'aux États-Unis



Photo Jean-Guy Paradis, LES AFFAIRES

**Cam Gentile, président d'Imprimerie Trans-Continentale, observe que la rationalisation de l'industrie au Canada est encore à venir aux États-Unis.**

sous-secteurs de l'imprimerie, Quebecor devait se donner la taille pour devenir concurrentielle dans ceux pouvant bénéficier d'économies d'échelle.

Avec des ventes d'environ 375 M\$, Imprimerie Trans-

Continentale se mérite pour sa part la 19<sup>e</sup> place sur le marché nord-américain. Avec l'acquisition en 1989 de NPC Incorporated, à Seattle, elle possède trois imprimeries aux États-Unis. Cette expansion répond tou-

tefois davantage au souci de consolider sa principale activité, celle de l'impression de circulaires, qu'à la crainte du libre-échange.


Le marché des circulaires, à cause de la rapidité de production et de distribution de

ce produit qui doit être adapté aux goûts des consommateurs locaux, est davantage captif. Avec l'acquisition par Imprimeries Quebecor de Metroland, une filiale de Torstar, entreprise propriétaire du Toronto Sun, la principale concurrence pour Imprimerie Trans-Continentale proviendra plutôt du Québec.

Si Imprimerie Trans-Continentale s'estime encore le plus important imprimeur de circulaires au Canada, une position que les dirigeants d'Imprimerie Quebecor lui concèdent sourire en coin, indiquant qu'ils n'en sont pas si certains, cette dernière imprimerie occuperait la première, deuxième ou troisième place de tous les principaux marchés.

D'ailleurs, une publicité d'Imprimeries Quebecor dans les magazines spécialisés américains fait ressortir qu'au moins un produit de Quebecor se retrouve dans chaque foyer nord-américain.

VALLIER  
LAPIERRE



**CRÉDIT-BAIL  
BANQUE LAURENTIENNE INC.**

FILIALE À PART ENTIÈRE DE LA BANQUE LAURENTIENNE DU CANADA

- Croissance rapide du portefeuille (170 000 000,00 \$ sous administration)
- FINANCEMENT 100 %
- Structure de financement flexible et sur mesure
  - terme
  - calendrier de remboursement
  - type d'équipement
- Option de taux fixe ou taux flottant
- Documentation simple
- Équipe expérimentée de spécialistes

**MONTREAL**  
André Lalumière  
Jacques Marchand  
Tél.: 514-284-3583  
Fax: 514-284-3588

Pour renseignements:

**QUEBEC**  
Martial Fortin  
Tél.: 418-650-6821  
Fax: 418-650-6805

**TORONTO**  
David Langford  
Tél.: 416-359-3407  
Fax: 416-359-3461

Membre de l'Association des locataires d'équipement du Canada

**Notre  
nouveau  
nom  
est  
encore  
un**



**mais pas pour longtemps !**

Que l'Imprimerie Canadienne Gazette et Litho Prestige se soient unis depuis déjà quelques mois n'est un secret pour personne. Qu'ensemble, nous soyons encore mieux équipés pour imprimer magazines, catalogues, pièces promotionnelles et publicitaires de haute qualité, ça aussi c'est connu. Que vous ne sachiez pas encore comment s'appellera cette nouvelle imprimerie est une situation bien temporaire car à compter du 28 janvier, ça non plus ce ne sera plus un mystère !

CANAL  
SPECIAL

# IMPRIMERIE

L'imprimerie québécoise s'impose par sa créativité

## Les grandes imprimeries amorcent avec prudence le virage de la qualité

Les programmes de qualité font une timide percée au Québec dans le secteur des imprimeries. Pour l'instant, ils touchent principalement les grandes imprimeries. Toutefois, nous ne sommes encore qu'à l'aube de l'implantation généralisée

d'un tel type de gestion et les premiers résultats substantiels ne s'observeront sans doute pas avant deux ou trois ans.

Ainsi, chez Quebecor (Mtl B, 13,75 \$), on s'apprête à prendre en douceur le virage de la qualité totale. Jus-

qu'ici, trois usines américaines du groupe ont élaboré un tel programme. La direction a volontairement choisi de démarrer l'expérience auprès de ses imprimeries qu'elle jugeait déjà comme les plus performantes. Situées dans le Michigan, elles oeuvrent principalement dans le domaine de l'impression de magazines.

Selon Gilbert Martinet, 55 ans, vice-président fabrication de Quebecor, l'entreprise songerait à étendre l'expérience auprès des composantes québécoises du groupe vers le milieu de cette année.

« Il est encore prématuré d'en parler de façon plus précise, dit-il aux AFFAIRES, mais je ne crois toutefois pas qu'il sera possible de l'appliquer à toutes nos imprimeries au Québec. Beaucoup d'entre elles sont syndiquées et l'instauration d'un programme de qualité risque de rencontrer une sérieuse opposition du côté des représentants des travailleurs. »

### Les dirigeants de GTC en formation

De son côté, le Groupe Transcontinental GTC (Mtl B, 0,355 \$) a entamé un processus de gestion de la qualité au printemps dernier. La formation a commencé au plus haut niveau alors que le président de GTC, Rémi

Marcoux, ainsi que le président de la division imprimerie, Cam Gentile, ont participé à un cours intensif de quatre jours sur le sujet.

Pour l'instant, seul le secteur impression au Québec et en Ontario de GTC est touché par l'expérience. Toutefois, Bill Kerson, 39 ans, vice-président et directeur général, direction centre-est, chez GTC, estime qu'au cours de cette année le programme devrait être étendu à l'ensemble des imprimeries du groupe tant au Canada qu'aux États-Unis.

« Il ne faut pas se faire d'illusions, note M. Kerson. C'est un processus lent car il s'agit de modifier substantiellement toute une philosophie d'entreprise parce que cela vise aussi nos relations avec nos clients et nos fournisseurs. Cela prendra sans doute de deux à cinq ans avant d'observer les premiers résultats significatifs. Dans l'immédiat cependant, je constate déjà que la communication circule mieux entre nous que par le passé. »

Chez Interglobe, de Beauceville, une imprimerie de GTC spécialisée dans la production de manuels pédagogiques, la gestion de la qualité a pris de l'avance.

« C'est le type de produits que nous réalisons qui nous a aidé à prendre de l'avance dans le domaine, explique Jacques Grégoire, 34 ans,



Claude Clermont : « Les petites imprimeries donnent le ton grâce à l'interaction des imprimeurs et des graphistes. »

président d'Interglobe. Depuis deux ans déjà, nos 130 employés se regroupent spontanément pour constituer une cellule d'excellence qui amorce ensuite une réflexion sur des problèmes liés à la qualité ou à la productivité à mesure qu'ils se posent à nous. Le temps que nos travailleurs consacrent à leur réunion est compris dans les heures régulières de travail. »

### Interaction entre les graphistes et les imprimeurs

On sait par ailleurs que le Québec se distingue dans les secteurs de l'imprimerie associés largement au travail de graphisme (magazines, documents corporatifs de prestige, pages couvertures d'ouvrages divers).

On ne pourrait passer sous silence la performance tout à fait remarquable des artisans imprimeurs au concours international organisé chaque année aux États-Unis par l'International Printing House Craftmen (IPHC). Selon André Thérien, 40 ans, président du Gala Gutenberg, l'événement québécois qui prolonge le concours de l'IPHC, et directeur de la production et des approvisionnements aux Éditions du Renouveau pédagogique, environ 2 500 réalisations sont présentées chaque année auprès de l'IPHC. De ce nombre, 700 sont en provenance du Québec.

Beaucoup plus remarquable encore, sur les 512 prix attribués l'an dernier, 274 le furent à des artisans québécois. Il est difficile dans ses conditions, de contester la conclusion de M. Thérien : « Nos artisans imprimeurs ne sentent vraisemblablement pas la nécessité d'implanter un programme de gestion de la qualité chez eux. Ils le possèdent déjà im-

plicitement. »

### Un petit marché, grande qualité

Cette opinion est partagée par Claude Clermont, 48 ans, directeur général d'Acme Litho à Montréal. Pour lui, les succès remportés par les imprimeurs québécois ne sont pas dus à l'introduction de programmes spécifiques de qualité. Ils seraient plutôt attribuables à la nature même du marché québécois.

« Comparativement aux États-Unis, notre marché est minuscule, déclare aux AFFAIRES M. Clermont. Cela signifie que les imprimeries américaines misent beaucoup sur la quantité de leur production. En plus, on note chez nos voisins du Sud une tendance à décomposer les étapes de la fabrication. Ceci a pour effet, par exemple, qu'un concept graphique pensé à New York pourra tout aussi bien être réalisé par une division de l'imprimerie située à Los Angeles. »

En conséquence, M. Clermont estime que la remarquable performance du Québec dans le domaine des réalisations graphiques en Amérique du Nord est due à la plus grande interaction entre les imprimeurs, les graphistes et leurs clients.

« La collaboration est plus grande qu'aux États-Unis, poursuit-il. On n'hésitera pas à se rencontrer plutôt deux fois qu'une si on a un quelconque doute sur la qualité de notre production. »

Mentionnons qu'Acme Litho s'est méritée, consécutivement de 1984 à 1988, le prix Gutenberg, la plus importante distinction québécoise dans le domaine de l'imprimerie et du graphisme.

MICHEL DE SMET



**POSTECNIK  
INC.**

**CHERCHEZ-VOUS UNE  
ALTERNATIVE  
ÉCONOMIQUE POUR VOS  
ENVOIS POSTAUX  
?  
SI OUI,  
CESSEZ DE CHERCHER...  
...ET CONTACTEZ-NOUS**

Guy Joncas 168, Clare St-Eustache, Qc J7P 3W9 Tél.: (514) 623-6289 Fax: (514) 623-6290	Benoit Leblanc 2659, rue Watt, unité 6 Ste-Foy, Qc G1P 3T2 Tél.: (418) 653-1045 Fax: (418) 653-1021
---	--

**R** RIGORÉUX RAPIDE  
RAISONNABLE RÉALISTE  
RAFFINE RECONNU  
RENVERSANT REPROTECH !  
RÉGOURTEUX RAPIDE RAISONNABLE  
RÉALISTE RAFFINE RECONNU  
RENVERSANT REPROTECH !  
RÉGOURTEUX RAPIDE RAISONNABLE  
RÉALISTE RAFFINE RECONNU  
RENVERSANT REPROTECH !  
RÉGOURTEUX RAPIDE RAISONNABLE  
REPROTECH ! RÉCIPIENDAIRE  
DE SIX PRIX AU CONCOURS  
INTERNATIONAL GALLERY OF  
SUPERB PRINTING 1989-90.

Lithographie

Sérigraphie

Photocomposition

Microfilms

Reprographie



**REPROTECH**

IMPRIMEUR LITHOGRAPHE  
COMPLEXE DES JARDINS  
(514) 282-9521

L'IMPRIMEUR DU MONDE DES AFFAIRES !

Le secteur connaît des changements technologiques rapides

## La formation en imprimerie au Québec prendra-t-elle le virage technologique ?

Dans la foulée du rapport Parent sur l'éducation et au tournant de la révolution tranquille, l'industrie québécoise de l'imprimerie a connu ses petits bouleversements. Laisant aux polyvalentes et aux cégeps le soin de former ses apprentis, elle délaisse une formule de formation issue du compagnonnage et réglementée par les commissions d'apprentissage.

Pourtant, la rapidité des changements technologiques dans ce secteur qui emploie près de 25 000 personnes au Québec remet en question les formules de formation. Elle devra donc subir de profondes mutations si elle veut répondre aux besoins exigeants d'une industrie de plus en plus sophistiquée.

Au niveau secondaire, 11 écoles offrent des cours destinés à former des apprentis dans des disciplines de base tel que dessin publicitaire, photocomposition, photolithographie et impression. Un nouveau programme, issu d'une refonte complétée par le ministère de l'Éducation pour septembre prochain, regroupera les trois premiers sous le vocable de *préparation à l'impression*.

Quant au second volet, il englobera la formation concernant l'impression proprement dite, « presque à l'ancienne formule développée par les écoles de métiers », soutient Nelson Tousignant, professeur à la polyvalente Calixa-Lavallée de Montréal-Nord.

« Après avoir terminé leur cours général, ajoute-t-il, les élèves s'inscriront dans des cours spécialisés dans les quelques domaines reliés à l'imprimerie. »

La dizaine de polyvalentes actuelles voit à la formation des apprentis appelés à travailler sur les différents types de presse. Programme fort populaire auprès des jeunes, l'enseignement des techniques de l'imprimerie compte aussi un important contingent d'adultes. Pousés vers le recyclage par des industries en perte de vitesse, ces derniers retournent sur les bancs d'école.

L'engouement suscité par l'imprimerie s'explique par la vitalité et l'attrait qu'a toujours exercés l'invention de Gutenberg. Auréolée d'un prestige dû à son fonctionnement encore perçu comme quelque peu artisanal, elle recrute bon nombre d'adeptes.

D'avantage orienté vers la formation en gestion de l'imprimerie, le Cégep Ahuntsic

demeure la seule institution de niveau collégial à offrir des cours dans ce secteur. L'an dernier, les cours réguliers de jour, conduisant à l'obtention d'un DEC (diplôme d'études collégiales), comptaient 600 étudiants inscrits en techniques de graphisme, de typographie, de montage photolithographique, d'impression, de photomécanique et en gestion de l'imprimerie. Pour sa part, l'éducation permanente réussissait à encadrer près de 3 000 personnes.

Créé en 1986, le Centre des services sur mesure du Cégep Ahuntsic offre des cours d'appoint qui répondent aux besoins exprimés par les industries. En 1990, le centre organisait 76 groupes-cours. Avec une clientèle composée en majorité par la grande entreprise, les demandes de formation se tournent vers la micro-édition (publication assistée par ordinateur), la formation sur presse *offset* ainsi que vers les nouveaux procédés dont la flexographie.

### La petite imprimerie en difficulté

Ainsi les nouvelles technologies ne cessent de chambarder le monde de l'édition et de l'impression. Et, devant les coûts prohibitifs des nouveaux équipements, les PME doivent réprimer leurs désirs d'achat...

En période de récession, rien ne va plus pour la petite imprimerie qui accumule les retards technologiques et pédagogiques.

« Elles sont défavorisées au niveau de la formation puisqu'elles n'ont pas suffisamment de personnel pour que cela vaille la peine », de mentionner aux AFFAIRES Jean-Guy Alarie, conseiller en formation au Cégep Ahuntsic.

La formation demande un investissement constant, selon M. Alarie, qui ajoute « que la tendance se maintient autour du court terme ».

Les coûts de certains programmes offerts, tel que le FME (formation de la main-d'œuvre en entreprises), peuvent être défrayés par les Commissions de formation professionnelle (CFP) du gouvernement provincial ou les Commissions fédérales d'emploi et d'immigration. Il s'agit de frapper à la bonne porte !

Outre la formation dispensée dans le cadre des institutions scolaires, les fabricants

d'équipements pour l'imprimerie donnent eux aussi des cours. Pour leurs parts, les ateliers syndiqués bénéficient de la formation offerte par le syndicat des arts graphiques.

« La formation dure deux ans et se donne par le biais de cours du soir, explique le vice-président de la production chez Pierre Desmarais, Jean-Claude Dignard. C'est important pour nous de voir à la formation de nos employés et à la mise à jour de leurs connaissances. »

### Loi d'un équilibre entre offre et demande de main-d'œuvre

Malgré le foisonnement des apprentissages possibles, l'adéquation entre l'offre et la demande semble loin d'être atteinte.

« C'est presque normal que la formation scolaire ne réponde pas entièrement à ce que nous recherchons, de dire Marc Aubry, président de l'Imprimerie Aubry. Mais il y a aussi une question d'expérience qui entre en ligne de compte. Les PME ne peuvent pas se permettre d'enseigner à un employé toutes les facettes du métier. L'apprentissage coûte très cher.

« Nous embauchons souvent des gens d'expérience pour éviter de trop lourdes pertes. Pour favoriser la formation, le gouvernement devrait d'ailleurs s'impliquer à ce niveau en payant le salaire des stagiaires dans les petites entreprises. »

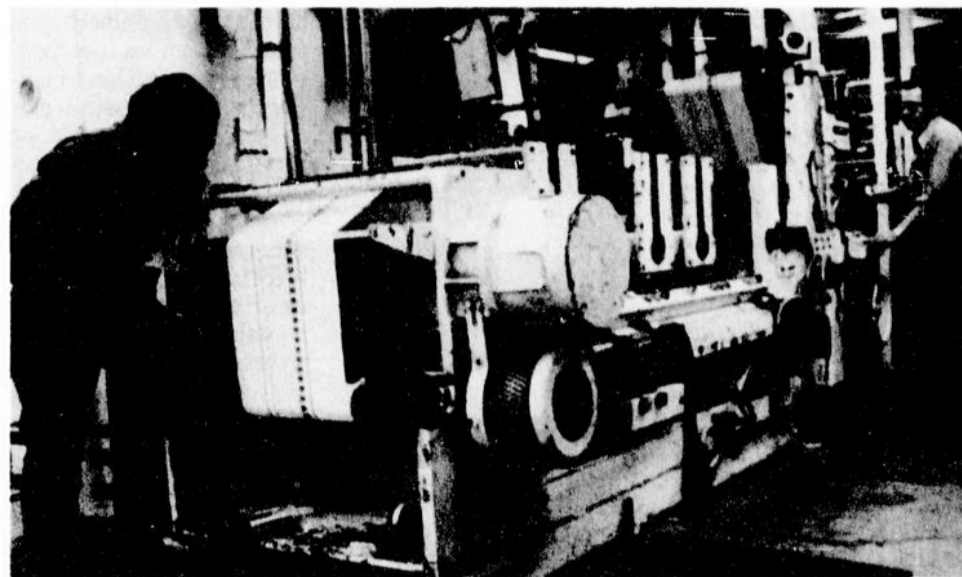
Devant l'alliance d'une formation onéreuse et de la multiplication des nouvelles technologies, la grande majorité des entreprises reste confinées à des processus de production périmés ou artisanaux.

« Les nouvelles tendances en gestion marquent le développement des imprimeries québécoises, soutient Jean-Guy Alarie. La fusion des entreprises commandée par une meilleure rationalisation écartera les artisans. »

Au Québec, plus de 50 % des imprimeries ont moins de quatre employés.

Et, même si elles tirent encore leur épingle du jeu, les imprimeries devront cependant affronter des pénuries de personnel qualifié dans les domaines de pointe.

Une étude effectuée par le ministère de la Main-d'œuvre, de la sécurité du revenu et de la formation professionnelle prévoit un manque de conducteurs de



En période de récession, rien ne va plus pour la petite imprimerie qui accumule les retards technologiques et pédagogiques.

presse *offset* et de pelliculeurs. Les spécialistes du travail par ordinateurs et les conducteurs de presse à sérigraphie manqueront aussi à l'appel.

L'industrie réclame donc son lot de spécialistes et la formation actuelle ne répond que partiellement à la demande. Qui plus est, l'émer-

gence d'une multitude de cours peut accentuer un retard déjà visible.

« On crée un peu partout des centres de formation, de souligner M. Alarie. J'y vois un danger à cause des sommes importantes nécessitées par un investissement en équipements. J'ai peur qu'on se limite aux petites écoles et

à de petits équipements. »

La formation dans l'imprimerie devrait donc connaître une rationalisation, évitant ainsi de creuser encore plus le fossé séparant l'industrie du défi technologique.

HELENE BOYER

**Un choix judicieux**

Inprimerie La Providence Inc., Saint-Hyacinthe  
Claude Bouffard, directeur général, Paul Gagnon, vice-président, Aurèle Fournier, président

M. Hotté expliquant la table de contrôle au directeur général et au pressier attiré à la nouvelle presse Komori

M. Claude R. Hotté, directeur des ventes Québec, en compagnie des dirigeants de l'imprimerie La Providence

Qualité d'impression  
Résolution du point

« Notre clientèle est de plus en plus exigeante envers nous. C'est pourquoi nous nous devons d'être exigeants envers notre matériel de production.

Parce qu'elle répond à nos besoins, la presse LITHRONE 28 de KOMORI à 5 unités de couleurs a vraiment été UN CHOIX JUDICIEUX ! »

**KOMORI**  
CANADA INC.  
3600, boul Poirier, St-Laurent (Québec) H4R 2J5  
Tel.: (514) 339-1207 Fax: (514) 745-3383

IMPRIMERIE LA PROVIDENCE  
2015, boul Laframboise, St-Hyacinthe (Québec) J2S 4X3  
Tel.: (514) 774-5309 Mtl. 467-2170 Fax: (514) 773-7929

# Déjà bien amorcée, la spécialisation des

« Déjà bien amorcée, la spécialisation des imprimeurs s'accroît sous l'impulsion des nouvelles technologies », estime Georges Quinaux, président de l'Association des arts graphiques du Québec (1983).

Par la force des choses, le secteur de l'imprimerie a toujours été assez spécialisé. Il faut en effet différentes presses pour imprimer des journaux, des grattes, des faire-part ou des billets de banque. Comme le coût d'acquisition et d'opération de ces presses est énorme, les imprimeurs doivent se concentrer sur des marchés bien précis pour rentabiliser leurs équipements.

Malgré tout, le caractère artisanal de l'impression confère une certaine polyvalence aux imprimeurs. Comme l'a indiqué aux AFFAIRES M. Quinaux, les pressiers trouvaient toujours le moyen de résoudre les problèmes qui survenaient.

Or, ces artisans sont graduellement remplacés par des techniciens capables de faire fonctionner des machines de plus en plus sophistiquées. Si les nouvelles

technologies tendent à réduire les coûts de production et à améliorer la qualité du produit, elles enlèvent de la souplesse aux imprimeurs.

Pour bien démontrer cette hyperspécialisation, M. Quinaux a parlé du nouveau principe d'impression au moyen de disquettes et de lasers. Dédicée aux travaux à moyen tirage, cette technique dispense de l'utilisation des négatifs, des plaques et des prêts-à-photos.

« Cette nouvelle tendance obligera sans doute les imprimeurs à changer leurs équipements », croit M. Quinaux, aussi propriétaire de Reliure Sélecte, une firme de Québec spécialisée en thermo-reliure et reliure cousue avec couvertures molles.

D'ici quelques années, on devrait également assister à l'arrivée sur le marché de l'impression au laser à quatre couleurs. Cette technique recourt à de l'encre sèche au lieu des encres liquides et des solvants actuels.

« Cette technique au laser a de l'avenir, mais elle ne conviendra pas à tous les marchés à cause de ses particularités. Cela signifie que

les imprimeurs qui l'adopteront devront viser des marchés encore mieux ciblés », a expliqué M. Quinaux.

Ce qui vaut pour les machines est également vrai pour ceux qui les font fonctionner, puisque les techniciens sont eux aussi de plus en plus spécialisés et donc moins polyvalents que les artisans.

Pour mieux illustrer cette spécialisation, LES AFFAIRES a rejoint plusieurs imprimeurs qui ont déjà choisi d'oeuvrer dans des niches spécifiques.

## Formules d'affaires, hebdomadaires et grattes

Yvon Perreault, un associé de Formules d'affaires Québec (Canada), à Montréal, imprime uniquement des formules d'affaires pour des clients comme la Banque Royale du Canada (Mtl, 22,62 \$), la Banque Nationale du Canada (Mtl, 7,75 \$) et des hôpitaux.

M. Perreault affirme ressentir les effets négatifs de la récession mais, avec seulement six employés, l'entreprise a pu comprimer ses



Photo Jean-Guy Poirier, LES AFFAIRES

À l'imprimerie Transmag, une division d'imprimerie Trans-Continental, on se spécialise dans l'impression d'hebdomadaires. Comme l'a expliqué Marcel Mathieu, son directeur général, ce marché est caractérisé par un faible volume (des hebdomadaires de 25 à 120 pages) et des restrictions de temps très rigoureuses.

dépenses suffisamment pour pouvoir affronter le mauvais temps. À cause des ordinateurs, le marché des formules d'affaires est en croissance, a souligné M. Perreault, ce qui a, par contre, amené d'autres concurrents dans la course.

À l'imprimerie Transmag, une division d'imprimerie Trans-Continental, on se spécialise dans l'impression d'hebdomadaires. Comme l'a expliqué Marcel Mathieu, son directeur général, ce marché est caractérisé par un faible volume (des hebdomadaires de 25 à 120 pages) et des restrictions de temps très rigoureuses. « Si tu sors un hebdomadaire une heure plus tard que prévu, tout ton système de distribution est sens dessus dessous », a-t-il souligné.

Transmag emploie 160 personnes et imprime 80 hebdomadaires, dont le journal LES AFFAIRES. Comme le marché est saturé, la seule façon de

poursuivre sa croissance est de voler des clients aux concurrents, a mentionné M. Mathieu.

S'il est un bel exemple de spécialisation, c'est bien YBL, de Montréal, une filiale de BCE (Mtl, 39,25 \$) qui imprime des billets de loterie. Ses clients sont Loto-Québec, évidemment, de même que Loto-Ontario et Loto-Atlantique.

Toutefois, comme ce marché aussi commence à être saturé, YBL a développé une clientèle en URSS, en Pologne, en Tchécoslovaquie et en France.

« L'avenir pour nous, c'est l'international, a lancé Jean-Pierre Desbiens, président et chef de la direction de YBL. Et, comme les loteries sont presque toutes contrôlées par l'État, celui-ci favorise les entreprises locales et on doit souvent procéder par transfert de technologie avec les pays étrangers. Pour contourner cet obstacle, nous

possédons une usine à Philadelphie et une participation de 40 % dans une imprimerie australienne. »

L'aspect technologique revêt une importance particulière dans l'impression de billets de loterie. Un billet comporte parfois de 20 à 24 couches d'encre, dont une douzaine seulement pour sa partie à gratter.

Le volet sécurité est également capital chez YBL puisque 10 % de ses 300 employés y sont strictement affectés. L'objectif est d'éviter qu'un employé ne parte avec... le billet gagnant.

## Obligations, manuels, affiches

Avec ses 84 employés, Yvon Boulanger, une division d'imprimeries Québecor, produit des documents financiers, essentiellement des obligations municipi-



**LES ENCREs ACMÉ  
DU CANADA INCORPORÉE**

Filiale de INX Inc.

## HOMMAGE À NOS IMPRIMEURS

Monsieur Normand Leduc,  
vice-président, tient à souligner  
la qualité du travail de nos  
imprimeurs et à les remercier  
pour la confiance qu'ils lui ont  
manifestée jusqu'à maintenant.

799 avenue Avoca,  
Dorval, Québec  
H9P 1G4

Tél.: (514) 636-5330 • Fax: (514) 633-9390

Hostmann-Steinberg



Une Entreprise du  
GROUPE HUBER

HOSTMANN-STEINBERG ET L'ENVIRONNEMENT

FÉLICITATIONS  
AUX  
RÉCIPIENDAIRES

Hostmann-Steinberg Ltd.  
331 Rue Deslauriers • St-Laurent • Québec H4N 1W2  
Tél.: (514) 335-2197 • Fax: (514) 335-5030

# imprimeurs s'accentuera

pales et des obligations européennes pour des entreprises canadiennes et étrangères. Comme pour YBL, chez Boulanger, l'aspect sécurité est primordial.

Selon son directeur général, **Richard Lefebvre**, ce marché profite du contexte économique difficile : « Comme les profits des entreprises ont baissé, elles doivent se financer davantage au moyen d'émissions d'obligations pour réaliser leurs projets. »

À Beauceville, **Imprimerie Interglobe** imprime des livres, des manuels scolaires de 8 1/2 po par 11 po surtout, un format avec lequel les étudiants sont familiers. Cette division d'Imprimerie Trans-Continentale a notamment produit le best-seller publié par **Québec/Amérique**, le *Dictionnaire visuel*.

**Mario Roy**, ex-directeur administratif de l'usine, devenu récemment directeur général de **Reliure Concept**, une filiale d'Interglobe, soutient que ce marché est relativement stable. Le seul changement à signaler est l'utilisation de plus en plus fréquente de la couleur dans les manuels scolaires.

**Serge Chagnon**, quant à lui, a créé **A •**, une firme établie sur la rue Mont-Royal, à Montréal, pour développer le marché des travaux à grande surface, de haute précision. On parle ici de très petits volumes, allant d'un seul exemplaire et dépassant rarement 1 000, comme dans le cas d'affiches publicitaires dans les autobus. **A •** imprime aussi des logos sur des agendas, des livres et sur les chandails des poupées *Youppi*.

Ces petits volumes et la diversité de matériaux utilisés par M. Chagnon (le papier, le verre, le bois, le plastique, etc.) exigent un véritable travail d'artisan. « Cela coûterait une fortune d'imprimer en aussi petites quantités sur une grosse presse », a souligné le chef de la petite entreprise de quatre personnes.

Par ailleurs, comme son nom l'indique, la division *chèques* d'Imprimeries Québecor produit des chèques personnalisés pour les clients des banques et des caisses populaires. Ces chèques présentent des dessins en couleurs et les coordonnées des utilisateurs.

« Notre marché est en pleine croissance, se réjouit **Armand Lanthier**, directeur général. De moins en moins de personnes se contentent des chèques impersonnels fournis gratuitement par les banques. D'autant plus qu'on a tellement de beaux produits maintenant. »

Cette imprimerie de Saint-

Léonard qui emploie 200 personnes reçoit pas moins de 12 000 à 15 000 commandes de 400 chèques ou moins par jour.

Les cartes mortuaires constituent un autre marché fort pointu du secteur de l'imprimerie. C'est la spécialité qu'a choisie **Imprimerie Daniel Roy**, rue Casgrain, à Montréal.

Interrogée à savoir si le vieillissement de la population favorisait l'expansion de son entreprise, **Johanne Roy**, associée de Daniel Roy (sept employés), a répondu dans l'affirmative, mais que l'augmentation du prix des timbres contribue à freiner sa croissance. « Les clients des salons funéraires se demandent de plus en plus si ce n'est pas plus économique de publier des remerciements dans le journal », a-t-elle indiqué.

## Formules municipales, annuaires et circulaires

Un autre imprimeur, **Les Publications CCH/FM**, de Farnham, se concentre dans le marché des formules municipales. Il imprime toutes les lois et la réglementation qui régissent les administrations municipales et scolaires.

CCH/FM produit entre autres toute la papeterie que l'on retrouve dans les bureaux de votation, dont les bulletins de vote. Si les affaires sont encore florissantes dans ce domaine, **Gilles Desrosiers**, son président, pense que d'ici 20 à 30 ans, sa spécialité n'existera probablement plus.

« Le jour n'est pas si loin où les gens voteront sur un ordinateur », prévoit l'an-

cienn maire de Farnham. Pour CCH/FM, l'expansion à long terme viendra plutôt de l'édition de publications de droit fiscal... et de guides d'aide pour les subventions... gouvernementales.

Par ailleurs, les 40 employés de l'**Imprimerie Ronalds**, de Bromont, une autre division d'Imprimeries Québecor, se consacrent exclusivement à l'impression d'annuaires téléphoniques, pages blanches et jaunes, pour le compte de **Télé-Direct**.

Mais d'où peut bien venir l'expansion dans un marché aussi exclusif ?, avons-nous demandé à **Jean-Pierre Lestage**, directeur général de Ronalds. « Il se vend toujours plus d'annonces dans les annuaires, ce qui fait que le nombre de pages croît sans cesse, a-t-il expliqué aux AFFAIRES. De plus, l'augmentation de la popula-

tion nécessite un tirage de plus en plus élevé. »

De plus, M. Lestage prévoit que l'utilisation croissante de la couleur dans les annuaires téléphoniques lui amènera plus de revenus. Cette année, **Télé-Direct** a tenté une expérience avec des annonces en quatre couleurs dans les pages jaunes de la ville de Québec. Cette expérience s'étant avérée concluante, M. Lestage s'attend à ce que d'autres municipalités emboîtent le pas cette année.

Finalement, l'**Imprimerie Chartier**, une autre division d'Imprimerie Trans-Continentale, se spécialise dans l'impression de circulaires. Ses clients sont parmi les entreprises les plus friandes de cette forme de marketing direct : **Zellers**, **Métro Richelieu** (Mtl, 3,10 \$), **Provigo** (Mtl 10,12 \$), **Canadian Ti-**

**re** (Mtl A, 22,75 \$), **Pharmaprix**, **Uniprix**, et ainsi de suite.

« Les presses tournent 24 heures par jour, sept jours par semaine, à la vitesse de 60 000 exemplaires à l'heure, soit une production de 15 à 20 M d'exemplaires par semaine », a précisé **Sylvain Cournoyer**, superviseur de l'usine.

À cause de la grande capacité de ses presses, Chartier (78 employés) ne prend jamais de commandes inférieures à 1 M d'exemplaires. L'imprimerie de Saint-Hyacinthe fait aussi le séchage de l'encre au four de tous ses produits, ce qui explique que les circulaires ne tachent pas les doigts comme les journaux.

DOMINIQUE FROMENT

## FÉLICITATIONS À TOUS LES RÉCIPICIENDAIRES DU GALA GUTENBERG 1991

**Aldin Graphiques Inc., l'une des plus importantes compagnies de distribution de fournitures et d'équipements d'arts graphiques au Québec, en collaboration avec les manufacturiers suivants:**



**est fière d'associer la qualité de ses produits et services  
à vos réalisations d'excellence.**

**aldin dg**  
graphiques inc.

### CONSEILLER ET FOURNISSEUR EN ARTS GRAPHIQUES

9201, rue Claveau,  
Anjou, Qc. H1J 2C8  
Tél.: (514) 493-1188  
Fax: (514) 493-7611  
1-800-361-3591

2950, Watt, #8, Parc Colbert,  
Ste-Foy, Qc. G1X 4A8  
Tél.: (418) 653-6495  
Fax: (418) 651-5495  
1-800-651-5495

# ABONNEZ-VOUS ET PARTICIPEZ AU CONCOURS

## «GAGNEZ LES OUTILS DES DÉCIDEURS !» et prenez de meilleures décisions avec le journal LES AFFAIRES



- 1 Un mobilier de bureau complet de PLANI-BUREAU MIRABEL INC., BURO DESIGN INC. et DU SALON INTERNATIONAL DU DESIGN INTÉRIEUR DE MONTRÉAL
- 2 Un service d'aménagement professionnel de AMÉNAGEMENT COMMERCIAL ET DESIGN SIMPSON
- 3 Un ensemble de voyage et accessoires pour le bureau, en cuir Bugatti des BOUTIQUES JÉRÔME ET GÉO MERCIER
- 4 Un téléphone cellulaire portable de GLENAYREPAGE CELLULAIRE
- 5 Un ordinateur Apple Macintosh Plus de OMER DESERRÉS INFORMATIQUE
- 6 Un télécopieur de RICOH
- 7 Des logiciels pour la gestion de AVANTAGE
- 8 Un photocopieur de RICOH
- 9 Trois cours de formation en micro-informatique de VANIER SEMINAR CENTRE
- 10 Un système téléphonique de LANIEL TÉLÉPHONE
- 11 Quatre forfaits week-end «Fugue et Mousse» dont deux au CHÂTEAU BONNE ENTENTE à Québec et deux à l'hôtel LE GEORGESVILLE à St-Georges de Beauce

### 85 PRIX ADDITIONNELS

- 3 forfaits week-end «Fugue et Mousse» au Château Bonne Entente à Québec
- 3 forfaits week-end «Fugue et Mousse» à l'hôtel Le Georgesville à St-Georges de Beauce
- 3 cours de formation en micro-informatique de Vanier Seminar Centre
- 76 abonnements de deux ans au journal LES AFFAIRES ainsi qu'au magazine Affaires+

Abonnez-vous ou prolongez votre abonnement et profitez de notre offre spéciale

### POUR PARTICIPER À NOTRE CONCOURS

Pour participer au concours «GAGNEZ LES OUTILS DES DÉCIDEURS !», il suffit de vous abonner au journal LES AFFAIRES ainsi qu'au magazine Affaires+. Si vous êtes déjà abonné, vous n'avez qu'à prolonger ou renouveler votre abonnement et vous devenez automatiquement éligible à notre concours.

### PROFITEZ DE NOTRE OFFRE SPÉCIALE ET ÉCONOMISEZ JUSQU'À 68 %

Vous économisez 60 % en vous abonnant au journal LES AFFAIRES ainsi qu'au magazine Affaires+. Vous recevez 50 numéros du journal LES AFFAIRES et 10 numéros du magazine Affaires+ pour

seulement 42 \$, un rabais de 60 % sur le prix régulier en kiosque. Si vous optez pour 2 ans, soit 100 numéros du journal LES AFFAIRES et 20 numéros du magazine Affaires+, vous ne payez que 66 \$, un rabais de 68 %.

### VOUS RECEVEZ EN PLUS

«Les 500 plus importantes entreprises au Québec», un numéro spécial annuel qui est devenu le véritable ouvrage de référence du monde des affaires au Québec.

Pour participer au concours «GAGNEZ LES OUTILS DES DÉCIDEURS !» du journal LES AFFAIRES, remplissez le coupon d'abonnement/participation ci-dessous (ou celui encarté dans le

journal) en indiquant la durée de l'abonnement de votre choix. Votre paiement doit nous parvenir au plus tard le 30 avril 1991 à minuit, date de clôture du concours.

### RÈGLEMENTS DU CONCOURS

Vous pouvez obtenir un exemplaire des règlements du concours en écrivant à: Règlements, Concours «GAGNEZ LES OUTILS DES DÉCIDEURS !», 465, rue Saint-Jean, 9<sup>e</sup> étage, Montréal, Québec, H2Y 3S4

AVEC LA COLLABORATION DE



### FICHE DE DEMANDE D'INFORMATION

Veuillez s.v.p. me faire parvenir plus d'information sur les logiciels pour la gestion

NOM / PRÉNOM

FONCTION / PROFESSION

ADRESSE (DOMICILE)

APP

VILLE

PROVINCE

CODE POSTAL

TÉLÉPHONE

Source: Le journal LES AFFAIRES



**Veillez poster ce coupon à:**

AVANTAGE  
5400, boul. des Galeries, bureau 110  
Québec, Québec  
G2K 2B4

### COUPON D'ABONNEMENT/PARTICIPATION

**76,27 \$ pour 2 ans, j'économise 68 %\*** TPS 7% TAXE PROV. 8%  
66 \$ + 4,62 \$ + 5,65 \$ = 76,27 \$  
100 numéros du journal + 20 numéros du magazine

**48,54 \$ pour 1 an, j'économise 60 %\*** TPS 7% TAXE PROV. 8%  
42 \$ + 2,94 \$ + 3,60 \$ = 48,54 \$  
50 numéros du journal + 10 numéros du magazine \*sur le prix régulier en kiosque

NOM / PRÉNOM

FONCTION / PROFESSION

ADRESSE (DOMICILE)

APP

VILLE

PROVINCE

CODE POSTAL

TÉLÉPHONE

Votre coupon d'abonnement doit nous parvenir au plus tard le 30 avril 1991, à minuit.



Je prolonge mon abonnement au journal LES AFFAIRES ainsi qu'au magazine Affaires+.

Mon numéro d'abonné est :

Les prix sont en vigueur au Canada seulement  
Prix régulier en kiosque:  
Les Affaires 1,50 \$ / Affaires+ 2,95 \$  
Prix régulier de l'abonnement au journal LES AFFAIRES: 1 an/42 \$ 2 ans/66 \$  
Prix régulier de l'abonnement au magazine Affaires+: 1 an/12 \$ 2 ans/18 \$

Numero d'inscription à la T.P.S. : R104343249

Postez ce coupon à l'adresse suivante:  
Service aux abonnés / journal LES AFFAIRES  
465, rue Saint-Jean, 9<sup>e</sup> étage, Montréal,  
Québec, H2Y 3S4

# Environ 90 % de l'encre utilisée en imprimerie se compose d'huiles végétales raffinées

## L'imprimerie verte : une réalité qu'on attend d'ici l'an 2000

**D**e toutes les professions touchées par la présente prise de conscience écologique, celle d'imprimeur occupe certainement une place à part.

« C'est un secteur très dynamique au niveau de la recherche pour le respect de l'environnement parce qu'il implique à la fois les fabricants d'encre, de papier ainsi que les procédés d'imprimerie, affirme Paul Joseph, représentant technique pour le Canada et les États-Unis chez Rolland Inc. Je suis persuadé que nous devrions assister à la naissance de l'imprimerie verte avant la fin de la présente décennie. »

### Les limites du recyclage

L'engouement pour le papier recyclé semble devenu incontrôlable. « En 1989, nous vendions environ 100 tonnes de papiers fins par mois. Dès le début de janvier de l'an dernier, la demande a crû de plus de...1 000 % », a déclaré aux AFFAIRES Michèle Beaubien, directrice des communications chez Rolland Inc.

Si certaines papeteries canadiennes ont axé leurs efforts sur le lancement et l'accroissement de leur production de papiers recyclés, d'autres, à l'instar de Rolland, misent sur le procédé alcalin. Pour l'instant, 65 % de la production européenne utilise ce procédé contre moins de 20 % en Amérique du Nord.

« Il est probable que tous les papiers, vierges ou recyclés, seront un jour fabriqués au moyen de ce procédé en raison de ces avantages évidents, explique M. Joseph. Du point de vue de la qualité, les papiers alcalins conservent plus longtemps que les autres leur rigidité et leur blancheur. De plus, ils respectent les objectifs environnementaux car ils requièrent moins de fibres de bois par tonne de papier produit que les procédés traditionnels. »

Alcalin ou non, il faut toutefois se rendre à une évidence : il y a une part de mythe rattachée à la notion de recyclage du papier. Le papier que nous consommons, même s'il en porte la mention, n'est que partiellement recyclé.

En effet, à chaque opération de recyclage, la fibre se rétrécit. Elle devient ainsi moins résistante pour la fabrication. C'est pourquoi il faut y ajouter une certaine quantité de fibres vierges. Plus la fibre sera recyclée et



Jean-Guy Laplante : « Je lis toujours avec attention les publications de Greenpeace. Bien sûr qu'ils utilisent du papier recyclé pour promouvoir leur message écologique, mais ils pourraient aussi renoncer à utiliser une masse d'encre pour imprimer leurs textes. »

plus cette quantité sera grande dépendant également de la qualité du bois d'origine.

Dans les faits, les cycles de recyclage sont également encore fort limités. Actuellement, les fibres sont récupérées deux ou trois fois au mieux. « Cependant, il a été démontré à titre expérimental qu'une fibre de bois peut être recyclée jusqu'à six fois et peut-être davantage. C'est un objectif qui devrait être atteint dans les prochaines années sur une échelle commerciale », estime M. Joseph.

### L'encre écologique, un mythe ?

Second cheval de bataille environnemental pour l'imprimerie : l'encre. Jean-Guy Laplante est fort de 30 ans de métier dans la fabrication de l'encre. Ce directeur régional pour l'Est du Canada chez Hostmann Steinberg résume à sa manière la problématique.

« La question revient de manière quasi obsédante chez mes clients : « Jean-Guy, ton encre est-elle écologique ? » Très franchement, je leur réponds : « Elle l'est, à 90 % ou plus. » »

La réponse de M. Laplante s'explique aisément. En effet, environ 90 % de l'encre utilisée en imprimerie se compose d'huiles végétales raffinées (lin et soja principalement). Le reste comprend des solvants, des sécatifs chimiques pour fixer l'encre ainsi que des cires et des vernis, sortes d'exhausteurs de la couleur.

Ce sont, bien sûr, ces composés chimiques, distillés à partir du pétrole, qui se retrouvent sur la sellette des environmentalistes. Cependant, M. Laplante croit que ces produits toxiques

sont biodégradables.

« La mutination suisse Ciba-Geigy s'est livrée dans le passé à un test très révélateur, rapporte-t-il. Elle fit déverser une sorte de compost contenant des distillats pétroliers utilisés pour la fabrication de l'encre sur une terre plantée de vignes. Les vignes ont la réputation d'être particulièrement vulnérables à tout type d'agression externe de leur milieu naturel. Or, on nota que leur croissance ne fut entravée que pendant les six premières années qui suivirent l'épandage. Après quoi, les vignes se mirent à nouveau à se développer de manière normale. »

Mais il n'y a pas que les résidus d'encre qui présentent un caractère toxique. Environnement Canada estime que les encres d'impression lithographique sont responsables de l'émission de 5 M de kilos de composés organiques volatiles par année au pays. La solution passe donc inévitablement d'abord par une certaine prise de conscience à la fois des consommateurs et des fabricants.

« C'est la responsabilité des imprimeurs et de leurs clients qui est en jeu, ajoute M. Laplante. Quand vous tenez en main 100 grammes de papiers imprimés, dites-vous bien que souvent le quart du poids est attribuable à l'encre. Même si je suis un fabricant d'encre, je puis vous affirmer qu'on en utilise trop parce que l'on pense, généralement à tort, que cela fait plus esthétique. »

### Un nouveau procédé d'impression

La dernière facette de la problématique réside dans l'amélioration des outils de

production et dans les innovations technologiques. En Amérique du Nord, le procédé lithographique traditionnel consiste à utiliser une plaque qui entre en contact d'abord avec des rouleaux mouilleurs, puis avec des rouleaux encres.

C'est à ce procédé d'impression qu'est attribuable en grande partie la pollution de l'air et de l'eau associée à l'imprimerie. En effet, au contact de la plaque, l'eau dégage des polluants dans l'atmosphère ou va se mêler

aux eaux résiduaires, si elle n'est pas traitée.

« L'avenir, pense M. Joseph, est à la driographie. Il s'agit d'un procédé offset sans mouillage. Les plaques sont enduites de silicone empêchant ainsi l'encre d'adhérer à la partie non imprimée. Il permet également à l'imprimeur d'obtenir une meilleure qualité d'impression. »

La driographie fut introduite en 1977 par la firme japonaise Toray. Dans ce dernier pays, on compte déjà plus de 150 presses offset

sans mouillage en opération.

« Le procédé gagne aussi en popularité en Europe, constate M. Joseph. Nous avons encore du retard en Amérique du Nord où à peine une dizaine d'imprimeurs l'ont adopté. Toutefois, vu les avantages environnementaux et qualitatifs de la driographie sur les procédés traditionnels, les choses devraient évoluer rapidement. »

MICHEL DE SMET

# QUAND ON A DES OBJECTIFS ÉLEVÉS

Chez Samson Belair/Deloitte & Touche, nous avons acquis une expertise concrète auprès des leaders de l'industrie de l'impression

Notre longue expérience fait de nous des conseillers privilégiés dans ce secteur, avec des produits/services adaptés à vos exigences

Cinq bureaux dans la région de Montréal et quarante au Québec  
Chef de file au Canada et dans plus de cent pays

Samson Belair  
Deloitte & Touche



# IL FAUT AUSSI AVOIR DES APPUIS SOLIDES



# IMPRIMERIE

Transcontinental a placé l'accent sur la formation

## La croissance a imprimé des changements importants aux

Des ventes au moins 15 fois plus importantes et un nombre d'employés multiplié par cinq ont marqué l'évolution respective d'Imprimeries Quebecor et d'Imprimerie Trans-Continentale au cours des six dernières années. Une telle

croissance n'aurait pu s'accomplir naturellement sans de nombreux changements internes afin d'adapter le fonctionnement aux dimensions actuelles, sans aucune mesure avec la taille de 1984. Les deux plus importants

intervenant de l'industrie au Québec ont choisi deux voies différentes pour aboutir à des résultats comparables, compte tenu de leur taille respective au départ. Imprimeries Quebecor a avalé coup sur coup deux entre-

prises presque aussi importantes qu'elle au moment de leur intégration. La première est une firme canadienne, la seconde, américaine. Quant à Imprimerie Trans-Continentale, elle a suivi une expansion graduelle en s'étendant parallèlement sur les marchés canadien et améri-



Photo: Jean-Guy Paradis, LES AFFAIRES

Rodrigue Gagnon explique que les changements constants dans le secteur de l'imprimerie ont nécessité la mise sur pied d'une équipe de formation au niveau d'Imprimerie Trans-Continentale. Un responsable dans chaque usine administre les programmes développés par les experts du siège social.

Si la haute direction d'Imprimeries Quebecor décrit la première fusion avec BCE Publitech comme un mélange heureux d'entrepreneuriat et de gestion professionnelle, Luc Lespérance, directeur général des ressources humaines, se rappelle surtout des chocs culturels qu'elle a occasionnés. Le nouveau réseau était majoritairement implanté dans le reste du Canada.

salaires entre les travailleurs de la base et les cadres sont, entre autres, beaucoup plus grands aux États-Unis. La rémunération des employés de production est en général 20 % supérieure au Canada. Les coûts des régimes de sécurité collective sont par contre considérablement plus élevés aux États-Unis où il n'y a pas d'assurance-santé offert par le gouvernement. Ceci étant admis, il reste que les salaires américains sont moins coûteux en bout de ligne.

### Rémunérations différentes

« Les habitudes de vie et les mentalités sont bien différentes au Québec, relate M. Lespérance. Cela a créé certaines tensions. Ce ne sont jamais des choses qui éclatent, mais des choses qui se sentent. On a su maîtriser cela des deux côtés. »

Il a fallu pour cela se rencontrer et discuter afin de mettre en évidence les intérêts communs au-delà des idéologies politiques parfois différentes. Les meilleures ressources ont accepté de demeurer à leur poste, explique M. Lespérance. « Quand tu penses de la même façon économiquement, les problèmes finissent par s'aplanir. »

Les communications ont été particulièrement soignées. Un vidéo a été produit pour passer les bons messages. Résultat : aucun clan ne s'est formé et le mélange souhaité a finalement pris forme.

L'ajout de Maxwell Graphics a donné lieu à d'autres contraintes. Même si les syndicats sont les mêmes (la seule constante en fait), les styles de gestion et la direction des ressources humaines sont différents. Les écarts de

### Le paquet en formation

Pour Imprimerie Trans-Continentale, les morceaux ont été moins difficiles à digérer et ont donc nécessité des changements davantage dans l'organisation globale que dans les relations entre ses entités. Afin de maintenir le même niveau de qualité qu'au début, c'est surtout du côté de la formation que les efforts ont été mis.

« Le Cégep Ahuntsic, d'où vient une bonne partie de nos employés au Québec, n'a pas les moyens d'avoir tous les équipements diversifiés que nous utilisons. On part de la formation de base que nos nouveaux employés ont reçue pour les initier aux nouvelles machines », mentionne Rodrigue Gagnon, vice-président ressources humaines et informatiques du Groupe Transcontinental G.T.C. (Mtl B, 0,355 \$).

« Au début, explique Clément Vigeant, responsable de formation pour Imprimerie Trans-Continentale, les cours offerts par les fournisseurs étaient complétés par



DÉCOUVREZ  
L'INCOMPARABLE  
CLEMONT



CHEVROLET • OLDSMOBILE • CAMIONS POIDS LÉGERS ET POIDS MOYENS

### • LOCATION A LONG TERME

### • VOITURES D'OCCASION DE QUALITÉ

### • LE MEILLEUR SERVICE

### • LE MEILLEUR CHOIX

Plus de 250 voitures réparties sur quatre étages à l'intérieur

L'emplacement le plus pratique: tout près de la station de métro Laurier, accessible de partout.

Une étude auprès des clients de tous les concessionnaires GM du Grand Montréal a accordé le plus haut taux de satisfaction à Clermont.

La plus forte allocation sera payée pour votre échange.

Toujours un superbe choix de véhicules d'occasion

Nous louons des voitures de toutes marques et tous modèles.



**CLEMONT**  
CHEVROLET • OLDSMOBILE INC.

5363, rue St-Denis,  
Montréal  
279-6301

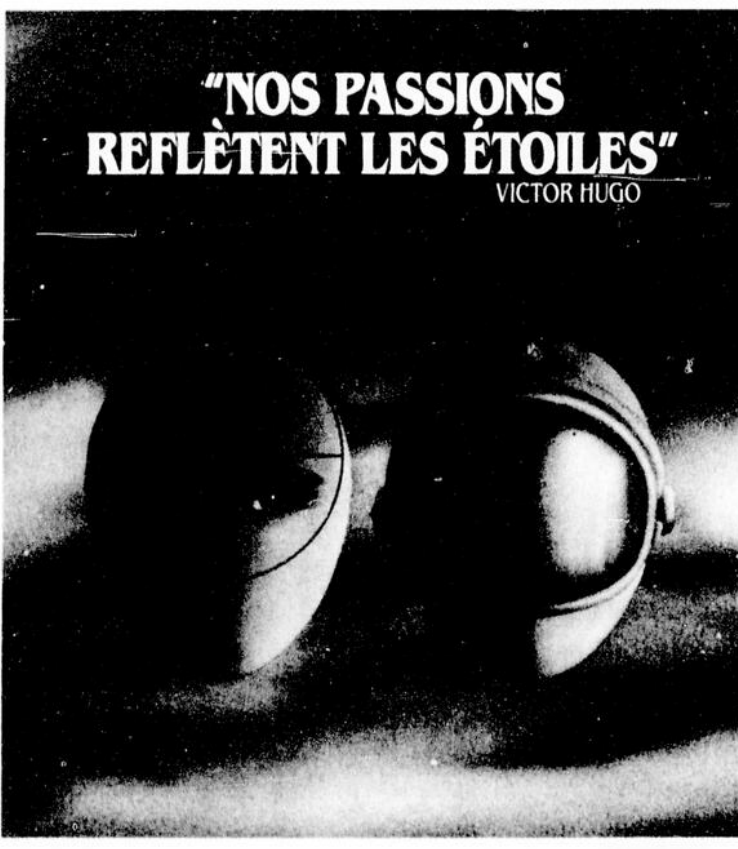


L'homme est de plus en plus créateur et son esprit souffle dans les plus hauts sommets.

L'idée, pure et abstraite, a besoin du savoir-faire et de la connaissance concrète pour pouvoir se réaliser et accéder à la beauté.

Ce savoir-faire, ces connaissances techniques sont, chez nous, de véritables passions, des passions qui vivent pour embellir l'art, réinventer la prouesse et magnifier la beauté.

Si vous voulez goûter à la passion de la technologie en



arts graphiques, passez chez Litho Acme.

Nos passions se déclinent dans un éventail complet de services.

Services complets d'imprimerie: photocomposition, séparation de couleurs, mise en page, retouche électronique, pelliculage, épreuves en préimpression, impression et reliure.

Les fichiers Macintosh en langage postscript sont maintenant acceptés. Nous mettons toutes nos passions au service des vôtres.



**Litho Acme, le nouveau monde de l'imprimerie.**  
MONTRÉAL (514) 279-4571 - QUÉBEC (418) 688-1415 - TORONTO (416) 677-3702

## cultures internes de Quebecor et Transcontinental

des sessions d'appoint adaptées aux besoins propres de l'entreprise. Depuis quelques temps, tout est conçu à l'interne parce que plusieurs types d'équipements, venant de différents fournisseurs, prennent des configurations particulières à l'entreprise. En règle générale, toute nouvelle technologie nécessite une formation spécifique d'une durée de trois mois. »

Les personnes les plus expérimentées sont mises à contribution pour transmettre leurs connaissances aux autres. Par exemple, lors de l'installation d'une nouvelle presse à Saint-Hyacinthe, les pressiers de cet endroit ont passé un mois aux États-Unis aux installations du fabricant, **Harris Graphics**. Les Mascoutains ont ensuite enseigné aux employés des autres établissements ce

qu'ils savaient.

### Implantation d'un système expert

Une formation continue est aussi offerte afin de rendre les employés polyvalents et capables d'exploiter tous les types d'équipements faisant partie d'une usine. Ceci augmente la flexibilité et rend les remplacements beaucoup plus faciles lors des périodes de vacances. Ce type d'entraînement se donne à raison de plusieurs semaines par année et peut s'étendre sur quelques années.

Afin d'augmenter la qualité du service, avec des délais de plus en plus courts exigés par les clients, Imprimerie Trans-Continentale investit aussi énormément du côté des outils de gestion informatique. Elle emploie une

équipe de 26 programmeurs à plein temps.

**Michel Charbonneau**, technicien d'impression, a collaboré à l'implantation en cours d'un système informatique d'estimation des coûts d'imprimerie. À cause des variables nombreuses entrant dans la production d'un imprimé, la fixation des prix a toujours été une tâche fastidieuse en imprimerie. Au moindre changement de spécifications, à la suite de modifications à la conception, il faut tout recommencer le processus.

Le but du programme sera de donner une estimation sur simple appel téléphonique. **M. Gagnon** explique que ce développement se rapproche de ce qu'on appelle communément un système expert en informatique. Il s'agit en fait de la transposition dans un

programme des paramètres dont doivent tenir compte les estimateurs pour arriver à faire leurs calculs. « On pourra intégrer ce système à nos méthodes de gestion. Avec un peu de raffinement, on pourra simuler une ligne de presse », confie-t-il.

Interrogés sur l'impact majeur des changements intervenus dans l'entreprise, **MM. Vigeant et Charbonneau**, entrés en fonction au tout début, expliquent que le contact avec **Rémi Marcoux**, président de GTC, est toujours aussi direct, mais plus difficile à obtenir.

Afin de conserver le plus possible le « liant » d'une entreprise familiale, selon l'expression de **M. Gagnon**, Imprimerie Trans-Continentale s'est donné, il y a un an, un plan de gestion de la qualité totale qui s'échelonne

sur trois ans. Les cadres de la division *centre-est* et ceux de la *pré-impression* ont déjà été touchés par le processus. L'implantation au niveau des employés s'effectuera au cours de cette année.

Les divisions de l'ouest canadien et des États-Unis embarqueront à partir de cette année et l'an prochain. « Cette transformation ne

s'arrêtera pas là, bien sûr. On vise une amélioration constante par la suite », indique **M. Gagnon** pour qui le maintien des normes de qualité dans une grande entreprise doit reposer sur l'implication constante de tous les employés.

VALLIER  
LAPIERRE



**DIECO**

AU SERVICE DE L'INDUSTRIE  
DEPUIS PLUS DE 20 ANS

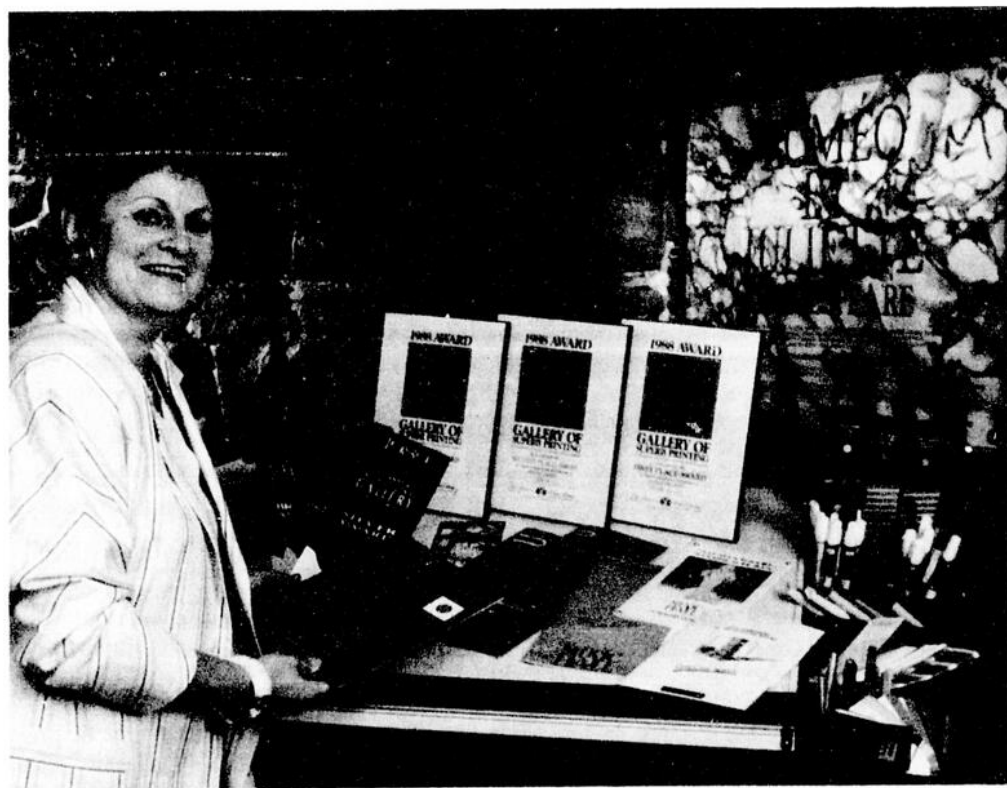
- Pionnier, au Canada, en introduisant le dessin assisté par ordinateur relié au rayon laser.
- Spécialisé dans la fabrication d'emporte-pièces de tous genres:
  - Conventionnel
  - Laser
  - Rotatif
  - À cliquet
  - À scellage
  - À rouleau
- Contre-plaques: • Pertinax  
• Acier
- Service de découpage collage montage
- Distributeur de fournitures et d'équipements de J.F. HELMOLD & BRO.
- Agent exclusif au Canada de: ATLAS DIE INC. (Elkhart, Indiana)



DIECO  
EMPORTE-PIÈCES  
STEEL RULE DIE  
INC.

SIÈGE SOCIAL  
2940, boul. Le Corbusier  
Comedey, Laval (Québec)  
H7L 3M2

tél.: (514) 334-8602  
fax: (514) 687-7098



Banque Fédérale de Développement  
Johnson & Johnson  
Le Nouvel Hôtel  
Sun Life du Canada  
Théâtre du Nouveau Monde  
et tous les autres.

Merci, chers clients de nous avoir permis d'obtenir, au cours des années, des prix : or, argent et bronze à ce prestigieux gala si convoité.

*Nicole Geoffrion*

Nicole Geoffrion

Les Productions Gutenberg Inc. et Dimension 4 Communications Inc.

*L'équipe choisie pour une communication globale structurée*

Contrôles automatisés et périphériques réduisant le temps d'exécution

# Les développements majeurs sur les presses sont

La révolution technologique en imprimerie s'est manifestée davantage en pré-impression que dans l'impression elle-même. Le procédé d'impression maintenant le plus répandu, la lithographie *offset*, garde la même base, mais a été renouvelé du tout au tout par la mise en place de contrôles automatisés et l'intégration de périphériques réduisant énormément le temps d'exécution.

Si les gens du milieu voient les changements majeurs comme étant encore à venir, **Benoit Pothier**, professeur au Cégep Ahuntsic, soutient qu'au cours des 15 dernières années, l'équipement a davantage évolué que depuis le début de l'imprimerie, il y a 400 ans. Tout est question de perspective finalement.

« Au niveau de l'*offset*, on est encore pris avec les

cylindres. Ce qui s'améliore, c'est autour », convient tout de même M. Pothier. Le procédé comporte toujours essentiellement des plaques d'aluminium constituées de parties imprimantes faites de plastique et de parties non imprimantes qui sont mouillées pour éviter l'adhérence de l'encre.

À cause des problèmes occasionnés par l'eau, celle-ci étant absorbée en partie par

l'encre, ce qui nuit à la stabilité du papier, on parle depuis 20 ans de l'*Offset sans eau*. « Cela existe, mais ce n'est pas utilisé à grande échelle. Ces équipements sont encore au stade de prototype », affirme M. Pothier aux AFFAIRES.

On commet l'erreur, selon le spécialiste, de vouloir modifier les presses existantes pour qu'elles fonctionnent sans eau. À son

avis, il faudrait plutôt concevoir une nouvelle génération de ces machines. Le problème est la résistance du marché : la base installée de presses *offset* est trop nombreuse pour les envoyer immédiatement au musée.

Les améliorations ont tout de même permis, jusqu'à maintenant, d'éliminer les tâtonnements liés aux ajustements mécaniques. On contrôle électroniquement les

couleurs, on limite les déplacements des pressiers à cause des consoles automatisées, on maintient la tension du papier, ce qui assure une plus grande qualité, etc. Le tout s'est traduit par des économies de temps, moins de gaspillage et l'élimination de quelques emplois.

L'automatisation a toutefois fait moins de ravages auprès des préposés aux presses qu'auprès des techni-

## Les étapes de la pré-impression maintenant complètement informatisées

L'ordinateur, qui avait la mission de faire disparaître le papier, est le premier responsable de la prolifération de publications de toutes sortes. Répandue massivement grâce à l'apparition du **MacIntosh**, l'édition électronique embrasse maintenant toutes les étapes de la pré-impression en passant par la composition, la mise en page et, depuis peu, la séparation de couleurs.

Réticents au départ à s'embarquer dans cette révolu-

tion, à cause de leur souci poussé de perfection, les imprimeurs se convertissent graduellement à cette méthode de travail. Les nouvelles versions des logiciels, intégrant des raffinements tenant compte de leurs exigences, et le branchement de l'ordinateur à des périphériques spécialisés permettent d'obtenir des résultats comparables aux procédés traditionnels.

À cause des économies de temps et de coûts, seuls les

plus puristes résistent encore. Les améliorations prévues du côté de la couleur, qui devraient sortir d'ici 18 mois au maximum, achèveront de balayer les dernières résistances, pensent les spécialistes interrogés sur la question.

### 10 fois moins cher

Alors que **Gutenberg** a mis cinq ans pour faire la mise en page de la *Bible*, aujourd'hui le même travail est

exécuté en une demi-heure à l'aide d'une photocomposeuse informatisée. Pour les plus petits travaux, on utilise plus volontiers un **MacIntosh** ou un **IBM PS/2**. L'avantage pour les clients est qu'ils peuvent réaliser en grande partie à l'interne les travaux de pré-impression.

Les bouleversements sont d'ailleurs intervenus, il y a six ans, au niveau des imprimés moins sophistiqués dont la définition n'a pas à être aussi nette que celle des journaux ou magazines. La conjonction du **MacIntosh**, de l'imprimante laser et du logiciel de mise en page **Page Maker** est responsable de la naissance de l'édition électronique.

**Philippe Aquin**, président de **Logiforces**, firme montréalaise de consultation en édition électronique, explique que les coûts ne craignent aucune comparaison. En faisant abstraction de l'achat d'équipement, dont les configurations peuvent varier selon les besoins, et des coûts d'imprimerie, qui restent les mêmes, la production d'un journal interne de huit pages en noir et blanc reviendra à 1 790 \$ avec la méthode traditionnelle contre 120 \$ par le biais de l'édition électronique.

De plus, parce que l'ancien procédé était fortement dépendant de l'extérieur, il s'écoulait plus ou moins 11 jours avant de la mise sous presse alors que le même travail est réalisé en huit jours sur ordinateur.

### Pour gens avertis

Pour des travaux plus sophistiqués, la conception est transférée sur disquette à des appareils de haute résolution qui recomposent les fichiers d'information en fonction d'un résultat professionnel. Les avis sont partagés quant au produit final au niveau de la séparation de couleurs.

**Jean Lussier**, professeur au Cégep Ahuntsic, et

**Daniel Lévesque**, représentant pour l'édition électronique chez **Micro-Boutique**, estiment que le processus de séparation des couleurs à partir du **MacIntosh** convient aux productions de moyenne qualité, journaux et circulaires. **André Vachon**, directeur régional à Montréal de **Uppercase Technology**, distributeur d'outils d'édition électronique auprès des détaillants, croit au contraire qu'un niveau de qualité supérieur peut être atteint par des gens d'expérience.

« La couleur ce n'est pas évident. Les équipements autour du **MacIntosh** sont plus limités que les numériseurs dispendieux utilisés jusqu'ici. On peut toutefois compenser avec l'expérience. Au stade actuel, il ne suffit pas d'être un adepte du **Mac**. Il faut aussi connaître la couleur », précise M. Vachon en citant de nombreux exemples de magazines américains, dont **Playboy**, entièrement réalisés sur ordinateur. La sortie de films fait aussi partie de la chaîne de production parce que, selon les dires de **Pierre Ouellet**, directeur de production pour **Pré-impression Trans-Continentale**, « malheureusement, on a encore besoin de films. On appelle *assembleur* l'appareil qui remplace en édition électronique la fonction du pelliculeur. »

Dans un proche avenir, entre 12 et 18 mois, on pourra passer directement de la photolithographie électronique à un numériseur à plaques et sauter l'étape des films. « Je me mets en question à tous les trimestres, commente M. Ouellet aux AFFAIRES. Depuis deux ans, cela va très vite. De nombreux clients nous transmettent leurs informations par ligne téléphonique. Nous sommes de plus en plus comme un poste de radio : c'est de l'air qu'on traite. »

Si la numérisation de la

pré-impression n'a pas encore touché aux emplois, à cause de l'augmentation du volume des travaux, elle a par contre considérablement modifié les tâches en intégrant plusieurs fonctions spécialisées auparavant. « Avant, on passait par 12 corps de métier. Pour la même production, on tombe à cinq avec l'électronique », illustre M. Ouellet.

Même si les clients exécutent davantage de travaux à l'interne, il en reste d'autres qui n'ont pas le volume suffisant pour justifier la maîtrise d'une nouvelle technologie. Pour compenser la perte de travail, les maisons de composition traditionnelles se transforment également en bureaux de services offrant le traitement en haute résolution des conceptions réalisées sur ordinateur.

Pour **Michel Cartier**, professeur au département de communications à l'Université du Québec à Montréal et spécialiste des nouvelles technologies, l'informatisation de la pré-impression s'est faite en respectant la façon traditionnelle de travailler. Il faut, ajoute-t-il, saluer bien bas **Adobe**, entreprise ayant conçu **PostScript**, un langage de description de page devenu une norme dominante sur les appareils d'édition électronique, pour avoir suivi cette orientation.

Une fois que les imprimeurs ont décidé de faire le passage, la courbe d'apprentissage est facilitée parce qu'ils retrouvent sur ordinateur les mêmes caractères utilisés autrefois avec le plomb et par la suite avec le **Letraset**. Selon d'autres, il faut déplorer toutefois que les amateurs s'improvisent trop souvent concepteurs en ignorant justement les règles du métier, résultant de 400 ans d'histoire.

VALLIER  
LAPIERRE

# marathon

un fournisseur de l'industrie des arts graphiques, bien sûr !

Mais aussi un "associé" en matière de technologie, de production, de réparation ou de choix d'équipement, de séminaires techniques, d'aménagement d'atelier et de petits conseils pratiques.

### FABRICANTS REPRÉSENTÉS PAR MARATHON INC.

<b>ÉLECTRONIQUE</b>		Douthitt	Lampes et châssis à contact
Du Pont	Scanners, épreuves numériques	X-Rite	Densitomètres haut de gamme
3M	Épreuves numériques, unité de correction de couleurs	Olite	Intégrateurs et lampes d'exposition
Krause	"Step & repeat" contrôlée électroniquement	Theimer	Lampes d'exposition
Agfa	Scanners, création de l'image	GraphicTechnology	Cabinet d'examen d'imprimés
<b>ÉQUIPEMENTS</b>		Metafix	Récupérateurs d'argent
Sack	Châssis à contact haut de gamme	<b>PHOTOMÉCANIQUE</b>	
Agfa	Caméra et processeurs à films	Agfa	Papiers à photocomposition, papiers transferts, films
Du Pont	Processeurs à films, système pour épreuves Cromalin	Du Pont	Films
3M	Système pour épreuves Matchprint et Color-key	3M	Films
Ternes	Poinçons et plieuses à plaques	<b>ÉPREUVES</b>	
Henning	Tables lumineuses pour montage	Du Pont	Cromalin et chromacheck - Dylux
Nu-Arc	Caméra, châssis à contact, lampes d'exposition	3M	Matchprint et Color key
		Du Pont	Howson
		<b>MATÉRIEL DE MONTAGE</b>	
		Rubylith, polyester et vinyl orange	
		<b>BLANCHETS</b>	
		Day et autres	

# marathon

un "associé" indispensable

Montréal: (514) 340-9000 • Toronto: (416) 567-9100

# survenus autour du procédé demeuré inchangé

ciens de pré-impression. Si une presse rotative requérait auparavant six pressiers, elle exige maintenant la supervision d'au moins cinq personnes. L'impact pour les presses à feuilles est encore moindre.

En plus d'être plus économiques pour les grands tirages, les rotatives peuvent être couplées, comme à l'usine de Saint-Hyacinthe d'Imprimerie Trans-Continentale, à des équipements capables de plier, relier, brocher, perforer, compter et même ensacher une publication. Dans ce cas, on peut parler de coupures d'emplois. Dans les faits, cela ne s'est pas produit puisque le volume de production a fortement compensé le gain de productivité.

Les rotatives sont aussi plus larges qu'auparavant. Elles atteignent 60 pouces alors qu'elles n'avaient que 54 pouces il n'y a pas si longtemps. Le résultat est qu'on peut sortir beaucoup plus de copies à l'heure, 75 000 contre 60 000 il y a trois ans.

**Imprimeries Quebecor** vient de mettre en place, à son usine de St. Paul, au Minnesota, une presse capable d'imprimer 72 pages dans une seule passe. Le standard jusqu'ici était de 32 pages. Fabriqué par **MAN Roland**, un manufacturier allemand, ce modèle d'équipement était le premier de sa catégorie à être utilisé dans le monde.

Les principaux fabricants de presses rotatives sont d'ailleurs allemands, américains et japonais. **Harris Graphics**, fournisseur attitré d'Imprimerie Trans-Continentale, est une entreprise américaine qui a été rachetée en 1989 par un manufacturier allemand, **Heidelberg**.

Dans le domaine des presses à feuilles, les Japonais constituent une force montante sur le marché québécois. **Claude Hotte**, directeur des ventes pour **Komori** à Montréal, mentionne que les normes de largeur ont plutôt tendance à baisser de ce côté afin de donner plus de souplesse.

« L'imprimeur sera dans

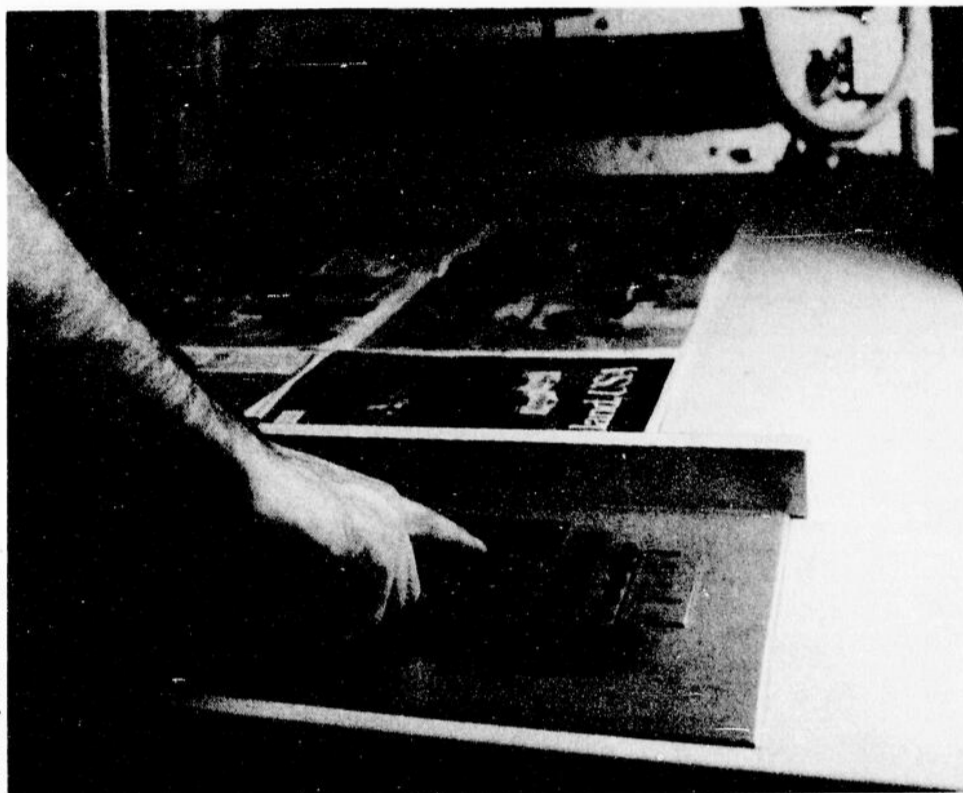


Photo Jean-Guy Paradis, LES AFFAIRES

**Les contrôles informatisés permettent de diminuer le temps de mise en train et réduisent considérablement la gâche, c'est-à-dire le nombre de copies imprimées en pure perte avant d'obtenir un résultat satisfaisant.**

l'obligation d'être prêt à accepter des petites quantités pour s'adapter aux condi-

tions du marché », affirme M. Hotte. Jusqu'ici, tout imprimeur qui se respecte de-

vait avoir une presse cinq couleurs, de 28 par 40 pouces. Elle se vendait au-

tour de 1 M\$ pièce.

Les formats du futur, selon M. Hotte, sont ceux de 14 X 20, 20 X 26 et 20 X 28 pouces. Leur prix peut varier de 400 000 \$ à 800 000 \$. Avec une qualité aussi élevée, elles permettent de plus hautes vitesses.

Qualifiant les presses Komori de produits haut de gamme, M. Hotte mentionne qu'elles sont les seules à comporter un changeur automatique de plaques. Elles comportent aussi un système d'évaluation de l'impression par numériseur.

Enfin, confrontés aux problèmes d'environnement, les imprimeurs doivent aussi mieux choisir leurs matières premières. Chez Quebecor, on se vante d'avoir mis au point des encres... comestibles et d'utiliser des solvants biodégradables. Quant au papier, il semble qu'on pourrait le recycler au moins trois fois avant que cela ne paraisse sur la qualité du produit.

VALLIER  
LAPIERRE

## LA QUALITÉ:

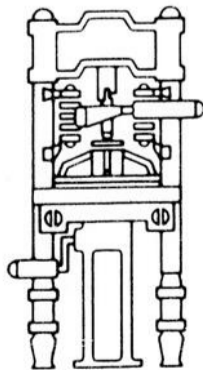
Chez Boulanger inc., le contrôle de la qualité n'est pas l'affaire d'une seule personne; c'est le souci constant de toute l'équipe. Les 105 membres du personnel sont des perfectionnistes: de l'ébauche à la fin de la réalisation d'un imprimé, chaque détail est soigneusement inspecté. Nous utilisons la méthode zéro défaut.

## LE SERVICE:

Forts de nos 40 ans d'expérience, nos artisans ont développé une attitude qui est devenue la marque de commerce de Boulanger inc.: le service doit s'adapter aux exigences de la clientèle. Depuis quelques années, l'évolution technologique fait en sorte que ces exigences augmentent sans cesse. Aujourd'hui, nous sommes fiers de pouvoir dire que nous possédons la technologie qui nous permet de répondre aux demandes du marché.

## LA FORCE DE VENTE:

Finalement, une force de vente technique orientée vers les résultats. Des gens dont la préoccupation première est de réaliser le mandat confié par la clientèle. L'objectif ultime: s'assurer que le service ne soit plus une obligation mais bien un réflexe naturel.



# Boulanger inc.

imprimeur lithographe  
9801, BOUL. PARKWAY, VILLE D'ANJOU, QUÉ. H1J 1P4  
TÉL.: (514) 353-2220 / FAX: (514) 353-7659

# FÉLICITATIONS

## AUX

# LAURÉATS

# GUTENBERG

**HEIDELBERG CANADA** 

2324, 32e Avenue  
Lachine, Québec  
H8T 3H4  
631-6270 • Fax: 636-4856

◆  
PLUS QU'UNE IMPRESSION

UNE

FORCE

◆  
La force d'un groupe...

◆  
Un partenaire qui vous met en communication directe avec vos marchés.  
Une gamme de services, des solutions et des produits vous permettant de  
rejoindre une clientèle cible dans des segments de marché précis.

◆  
GROUPE TRANSCONTINENTAL G.T.C. LTÉE

