L'imprimé à valeur ajoutée

Ed Boogaard

La finition de l'imprimé fait de plus en plus partie intégrante d'un processus de production graphique « 4.0 » toujours plus centré sur l'efficacité. L'ennoblissement de l'imprimé lui ajoute par ailleurs la nécessaire valeur ajoutée – précisément lorsqu'il s'agit d'en améliorer le pouvoir distinctif par rapport aux médias électroniques. La digitalisation joue aussi un rôle croissant après l'impression : tant sur le plan de l'automatisation du post-presse que dans l'application des techniques d'impression numérique à l'ennoblissement.

Photos: Messe Düsseldorf, Constanze Tillmann

Peu de personnes sont aussi enthousiastes à propos de rainage, de découpe et de pliage que Trish Witkowski. Celle-ci met chaque semaine en ligne une vidéo où elle présente une nouvelle pépite – ou plus exactement un bel exemple de pliage créatif – en expliquant le modus operandi. Le scénario de ces vidéos est relativement immuable : Trish est assise à une table ronde, grise, devant un mur blanc. Sur le côté, une plante verte de bureau du genre indestructible. Elle porte systématiquement un tee-shirt d'une couleur différente avec un slogan compliquée imprimé dessus. Le son n'est généralement pas très bon, ce qui est assez gênant vu son débit verbal. Trish semble toujours pressée : elle ne s'accorde en effet qu'une petite minute pour tout nous montrer. La série, qui compte entre-temps près de 8.000 abonnés, s'appelle « 60-second Super-cool Fold of the Week » – un laps de temps que son enthousiasme l'amène toujours à dépasser.

Pas une simple conclusion

Le compteur indiquait 468 vidéos à la mi-mars. Ce qui, tout bien calculé, veut dire qu'elle exerce depuis une dizaine d'années : le tout premier épisode de la série a été mis sur YouTube le 11 juin 2009 – et il est toujours visible. Une petite table grise, un Kentia (genre de palmier) dans son pot et Trish habillée d'un tee-shirt barré du slogan «*Fold that thought* ») qui fait l'article d'un folder. Un pli roulé et, perpendiculairement à cela, trois plis parallèles, ce qui forme une poche pouvant recevoir un dépliant promotionnel en accordéon.

Witkowski est designer et graphiste diplômée. Elle a conçu un logiciel spécialisé dans les modèles de pliage, dispense des ateliers et des présentations, et intervient comme consultante pour des campagnes de mailings créatives. Elle a en outre jeté les bases de la plate-forme en ligne foldfactory.com, où l'on trouve expliquées toutes sortes de méthodes de pliage, avec des modèles de formes de découpe à télécharger, et où l'on peut demander des échantillons.

Witkowski conclut sa première vidéo de 2009 par ces mots : « *Remember: think finishing at the beginning.* » La finition ne doit plus être considérée comme la conclusion du processus de production graphique, mais comme faisant partie intégrante de celui-ci dès la création et la planification. Ainsi pourra-t-on

Une présentation parfaite avec PELEMAN®

Personalisez vos documents avec le **Flat Bed Foil Printer**!

Decouvrez ici!
www.flatbedfoilprinter.com

Créez vos propres livres et publications

OUVERTURE À PLAT

Idéal pour couvertures souples et dures!

V Paper est vendu à partir de 1500 feuilles par boîte en différents grammages.

Vpaper®

Decouvrez ici!
www.vpaper.com

PELEMAN®
Peleman Industries | Rijksweg 7 | 2870 Puurs | Belgique
Numéro gratuit: 0800 16 600 | info@peleman.com | www.peleman.com

beaucoup mieux en exploiter les possibilités étendues. Comme le formule l'institut Smithers Pira dans son étude du marché de la finition en 2018 : « Pratiquement tout imprimé doit être fini pour être transformé en un produit effectivement commercialisable. » Autant dès lors prendre cette finition au sérieux dès le début.

Cap sur les technologies numériques

Les systèmes de finition en ligne et quasi-en ligne – souvent équipés de servomoteurs commandés par ordinateur qui permettent de les régler de manière entièrement automatique – rendent possible un traitement très rapide. Ce en quoi ils sont aidés par les progrès fulgurants dans le domaine de l'automatisation et de la digitalisation. L'Industrie 4.0 s'étend très certainement aussi aux étapes finales de la fabrication du produit graphique. Ce que Smithers Pira ne manque également pas de constater dans son rapport « *The evolution of the print finishing market* » : « L'équipement post-presse a de plus en plus recours aux technologies numériques dans ses efforts pour s'adapter à l'évolution de la nature du marché mondial de l'imprimé. »

Chiffres et tendances

Ces changements dans l'industrie graphique apparaissent également à l'examen des chiffres dans le monde du prépresse. Smithers Pira évalue le marché mondial du matériel de finition neuf pour 2018 à 4,3 milliards d'euros : « Une légère diminution par rapport aux 4,5 milliards d'euros de 2013 – la conséquence d'une baisse générale de la demande d'imprimés. » Les analystes s'attendent malgré tout à un léger rebond dans les cinq ans à venir, le marché devant représenter 4,32 milliards d'euros en 2023.

Un glissement est également à prévoir dans la nature des nouveaux équipements acquis. La demande de machines continuera de diminuer dans un certain nombre de segments de marché. Ainsi, la plus forte contraction est attendue du côté des systèmes de mise sous pli, utilisés pour insérer de grandes quantités de mailings et d'autres envois postaux dans des enveloppes à des vitesses folles : le nombre de nouvelles installations devrait diminuer de près de 40% entre 2013 et 2023. Les ventes d'équipements dédiés au façonnage des imprimés commerciaux traditionnels devraient de même chuter de plus de 22% sur cette période de dix ans.

Cette tendance négative se verra dans une certaine mesure compensée par la hausse de la demande d'équipements de finition des imprimés numériques, prévoient les analystes de Pira, surtout à présent que la frontière entre presses numériques et conventionnelles tend à s'estomper : « Beaucoup de constructeurs établis développent des machines adaptées au format plus petit et aux tirages plus courts des impressions à toner et en particulier à jet d'encre. » Une progression est également attendue du côté des systèmes de finition pour emballages et étiquettes : « Ce segment de marché prend de plus en plus d'importance pour l'industrie graphique en général. Il pesait près de 1,8 milliard d'euros en valeur totale en 2018, ce qui en faisait le principal secteur du marché. Et cette part ne fera qu'augmenter, à près de 46% du marché total des équipement de finition. »

Photos: Messe Düsseldorf, Constanze Tillmann

À la question de savoir à qui les développements « Reliure 4.0 » s'adressaient, Müller Martini a dernièrement répondu ceci au Deutscher Drucker : « À toute entreprise désireuse d'assurer sa survie sur le marché dans les prochaines années. Il n'y a pas d'autre issue. »

Net glissement

Les systèmes de finition modernes font face à de nouveaux défis. Voici quelques années, rappelle le rapport Pira, l'atelier finition d'une imprimerie type avait à traiter chaque jour une poignée de grosses commandes arrivées en même temps sur palettes. Cette situation est occupée à changer avec l'essor notamment des systèmes web-to-print, basés sur la commande en ligne, et la diversité accrue des travaux. La tâche quotidienne prend désormais plutôt la forme de 10 à 20 commandes beaucoup plus petites et souvent imprimées en numérique. « Ce glissement ne fera que s'accentuer. » Aux fabricants et fournisseurs de faire en sorte, selon Pira, que le potentiel des systèmes d'impression numériques puisse être exploité au maximum également en aval de ces machines. Ce à quoi l'on travaille d'arrache-pied, ainsi qu'on a pu le voir fin février lors des Hunkeler Innovationdays.

Innovationdays

Hunkeler est un constructeur spécialisé dans les équipements auxiliaires pour systèmes d'impression à grands volumes. Tous les deux ans, l'entreprise organise ses « Innovationdays » à Lucerne afin d'y exposer ses tout nouveaux systèmes. La quasi-totalité des ténors du monde de

More information about our communication

Call us!

GN GRAFISCH NIEUWS

NG NOUVELLES GRAPHIQUES

Sales Manager
Dirk Noens
dirk.noens@roularta.be
T 02 467 57 70

Editor-in-chief
Alain Vermeire
alain.vermeire@roularta.be
T 02 702 71 50

Encre pour impression à usage commercial

Les meilleurs produits
pour tous les usages demandés

epple
DRUCKFARBEN

Brought to you by:

Notre distributeur exclusive au Benelux et en France:
Quermia Graphics bvba . Koningin Astridlaan 61 . 1780 Wemmel
T: + 32 2 456 88 26 . info@quermia-graphics.be . www.quermia-graphics.be

Partenaire de distribution:
Manrolandbenelux nv . Koningin Astridlaan 61 . 1780 Wemmel
T: +32 2 456 88 50 . pressroom@manrolandbenelux.be

l'imprimé profitent de l'occasion pour montrer leurs derniers modèles à l'œuvre (*lire par ailleurs l'article sur les Innovationdays 2019, en ces mêmes pages*). En donnant le coup d'envoi de cet évènement de quatre jours, le CEO Michel Hunkeler a confirmé les conclusions de Smithers Pira. Pour lui aussi, le paysage du monde du post-presse est effectivement en train de changer. Ainsi en 2017, Bäuerle a été racheté par le spécialiste des plieuses GUK ; les activités de brochage et de reliure de Kolbus sont tombées dans le giron de Müller Martini début 2018; et Heidelberg a absorbé le groupe MBO afin de pouvoir aussi proposer des équipements de façonnage sur le marché de l'impression numérique. Juste avant les Innovationdays, Hunkeler elle-même a annoncé une collaboration étroite avec Kern, autre société suisse. Les gammes de produits sont en cours d'harmonisation. Les deux entreprises étudient la possibilité de se fournir mutuellement certains modules. Kern se concentrera en outre sur l'équipement d'encartage et les systèmes logistiques.

Photos: Messe Düsseldorf, Constanze Tillmann

De même que le façonnage transforme un imprimé en un produit commercialisable, l'ennoblissement a pour but de lui apporter une valeur ajoutée supplémentaire.

Elle arrête le développement et la production des dérouleurs et des coupeuses en feuilles, désormais laissés à Hunkeler, qui promet de son côté ne plus commercialiser ses propres équipements d'encartage.

Transition vers le jet d'encre

Le slogan des Innovationdays cette année était « Success with automation ». L'entreprise, dit son directeur Stefan Hunkeler, a emprunté la voie du numérique voici plus de vingt ans, alors que les techniques d'impression digitale commençaient à émerger. Hunkeler ne se limite pas aux machines. Elle développe aussi des logiciels et, par exemple, des systèmes de contrôle-qualité. « Ce qui nous ménage aussi la possibilité d'être actifs sur de nouveaux marchés à l'avenir », a-t-il déclaré au journal du salon. « Voilà bien longtemps que l'automatisation est un thème majeur pour nous. Nous automatisons partout où cela fait sens et génère des avantages. Il en résulte un flux de production efficace et contrôlé, qui aide nos clients à être plus concurrentiels. » Bénéficiant de l'évolution de la technologie jet d'encre, les systèmes d'impression sont toujours plus rapides, tout en pouvant, par exemple, accepter un plus large éventail de types de papier. De quoi permettre de fabriquer une plus grande diversité d'imprimés. La diminution de la longueur des tirages dans le monde de l'offset va encore renforcer la transition vers le jet d'encre, où les presses feuilles prennent aussi leur essor, pense Hunkeler : « Au matériel de finition d'apporter les réponses adaptées. »

Photos: Messe Düsseldorf, Constanze Tillmann

Kodak a reconnu très tôt les possibilités d'une cinquième couleur : sous le capot de la Nexpress dévoilée à la Drupa 2000 en collaboration avec son partenaire Heidelberg, la place était déjà prévue pour un cinquième groupe d'impression.

Aperçu des possibilités

Quelque 40 lignes de production étaient à l'œuvre aux Innovationdays pour montrer ce à quoi une telle approche conduit dans la pratique. Des bobines imprimées sur place étaient transformées – parfois directement en sortie de la presse jet d'encre, mais souvent ailleurs sur le stand – en mailings mis sous pli (par exemple par Bograma), courriers transactionnels (chez BlueCrest et Böwe Systec), notices de médicaments (chez GUK), cartes-vues (HP), brochures (par IBIS entre autres) et ouvrages de librairie complets (Horizon, Meccanotecnica). Dans cette dernière catégorie,

PERFORATION

RENZ RING WIRE®

SPIRALES

ACCESSOIRES

SERVICE

RENZ
Premium Quality

UNE SOLUTION POUR CHAQUE APPLICATION ...

www.renz.com

FETZEL
Maschinenbau GmbH

la **NOUVELLE** génération de pelliculeuses

- margeur haute-pile – **TORNADO**
- Touch-Screen **JOB-Memory** –changement automatique
- pour les imprimées de **115** gr à **500** gr/m²
- architecture ouverte – **accès direct** au rouleau d'application

KDX

Leading Thermal Laminating Film
Brillant, Mat, Soft-Touch, Anti-Griffe
Livraison de stock Anvers

VEGRAM
GRAPHICS

VEGRAM Graphics nv
I.Z. Kernenergie - Neerlandweg 28 - B - 2610 Antwerpen
Tel. +32 3 830 00 48 - www.vegram.be

la démonstration de Müller Martini sous la bannière de la « Finition 4.0 » fournissait un échantillon des possibilités pour le façonnage totalement automatisé de livres reliés-collés mais aussi cousus, en petits tirages, et même à l'exemplaire. Machines de découpe et de perforation, plieuses, couseuses, colleuses : tous les paramètres de production sont gérés de manière électronique et adaptés dynamiquement (par exemple au format et au volume du livre) en cours de production sur la base de codes-barres.

« Reliure 4.0 »

À qui les développements « Reliure 4.0 » s'adressent-ils ? Interviewé dernièrement dans le *Deutscher Drucker*, Ingolf Fritzsche, responsable Business Development Digital Solutions chez Müller Martini, a répondu ceci : « À toute entreprise désireuse d'assurer sa survie sur le marché dans les prochaines années. Il n'y a pas d'autre issue. Tous les autres, qui n'auront pas eu la vision nécessaire pour prendre le train en marche, éprouveront d'énormes difficultés à couvrir leurs coûts de production. »

Nonobstant les démonstrations époustouflantes proposées lors des Innovationdays et en dépit de toute l'attention apportée à l'Industrie 4.0 au sein du secteur et à l'extérieur de celui-ci, les entreprises de façonnage ont encore beaucoup de pain sur la planche. Ainsi ressort-il du sondage réalisé par nos collègues du magazine allemand auprès d'un certain nombre de fournisseurs. Michael Neugart, qui est à la tête du Postpresse chez Heidelberg, a brossé le tableau idéal d'une situation 4.0 où toutes les machines « dialoguent » les unes avec les autres et où le rôle de l'humain se réduit comme peau de chagrin : l'ensemble du flux de travail, de la fourniture au produit fini, est intégré électroniquement. « Mais l'examen de la réalité quotidienne confirme manifestement que nous n'en sommes pas encore là. Tant auprès des brocheurs indépendants que dans les ateliers de reliure des imprimeries, l'heure est encore à la réflexion. Le moment est toutefois venu d'identifier ses objectifs et d'adapter en conséquence son flux de production et son degré d'automatisation. » Hans Gut (Hunkeler) est lui aussi d'avis que l'industrie graphique n'en est qu'au tout début dans ce domaine : « Mais les développements se succèdent à une vitesse folle. »

Besoin de standardisation

La percée 4.0 tarde à se faire auprès des entreprises de façonnage. Ce qui est dû au fait, pense Neugart, que la technologie actuelle ne soutient que rarement une intégration totale du point de vue des données. « Les machines ne sont souvent pas capables de fournir effectivement l'information demandée. D'un autre côté, beaucoup de systèmes de workflow n'arrivent pas à prendre en charge tout l'éventail des possibilités de finition et la variabilité croissante qui va de pair. La standardisation des processus – et aussi des produits finis – va jouer un rôle déterminant. »

Ronald Redmann (Product Manager chez Müller Martini) déclare dans l'article du *Deutscher Drucker* que des entreprises « reliure 4.0 » sont d'ores et déjà actives sur le marché de la production à la demande de livres en « tirage unique ». Il prophétise notamment que les brocheurs indépendants et les entreprises de façonnage auront du mal à implémenter l'automatisation de processus : « Surtout parce que ces acteurs ne sont qu'un maillon de la chaîne – hélas, le tout dernier la plupart du temps. Ils doivent se débrouiller avec ce que l'imprimeur leur fournit – et quand. Les tentatives de mise en œuvre d'un processus piloté sont dès lors pratiquement vouées à l'échec. Elles ne peuvent aboutir que si leurs processus de travail peuvent être couplés avec ceux des fournisseurs (dans ce cas-ci, les imprimeries), et que les commandes arrivent en temps et heure. »

Renforcer le caractère tactile

De même que le façonnage transforme un imprimé en un produit commercialisable, l'ennoblissement a pour but de lui apporter une valeur ajoutée supplémentaire. L'imprimé est ainsi rendu plus efficace et attrayant. Il est doté de caractéristiques qui font défaut aux médias électroniques et qui permettent de l'apprécier davantage à sa juste valeur. Le même rapport Smithers Pira pointe dès lors une tendance importante : de plus en plus d'imprimeries cherchent des possibilités d'ajouter des effets spéciaux susceptibles de renforcer le caractère physique

Abonnez-vous sans plus attendre
à la newsletter M&C Express

M&C
MEDIA & COMMUNICATION PRINT • SIGN

www.nouvelles-graphiques.be

et tactile de leurs imprimés. Là aussi, les techniques numériques ouvrent la voie à de nouvelles applications d'ennoblissement, porteuses d'un impact supplémentaire.

Effets spéciaux

En 2017 déjà, Infotrends publiait les résultats d'une enquête sur les opportunités du « CMJN+ », à savoir un imprimé qui ajoute un petit quelque chose à la polychromie de base. Il peut s'agir d'un vernis transparent (intégral ou localisé), de tons Pantone, d'encres métalliques, de couleurs fluorescentes ou, par exemple, du blanc. Infotrends estime qu'environ 30% des pages imprimées en offset bénéficient d'un tel « extra ». Contre à peine 3% pour les pages polychromes imprimées en numérique. Le potentiel de croissance est donc énorme, concluait le rapport « *Beyond CMYK: The Use of Special Effects in Digital Printing* », l'étude indiquant par ailleurs que les acheteurs d'imprimés sont disposés à payer plus pour ce type d'enrichissement. Ils apprécient en particulier le blanc, les couleurs fluo et le vernis brillant (sélectif). Au point qu'ils prêts à payer de 24 à 89% plus cher que pour une polychromie simple, ce pourcentage dépassant même ce que les entreprises graphiques sondées pensent pouvoir en demander. Les analystes s'attendent dès lors à une croissance de 14% en moyenne sur le marché des applications avec effet « cinquième couleur ».

Cinquième couleur

Kodak a reconnu très tôt les possibilités d'une cinquième couleur : sous le capot de la Nexpress dévoilée à la Drupa 2000 en collaboration avec son partenaire Heidelberg, la place était déjà prévue pour un cinquième groupe d'impression. À partir de 2004, Kodak poursuit seule le développement de la machine, laquelle se voit rapidement ajouter de nouvelles possibilités, notamment des toners spéciaux pour un gamut élargi et des effets comme le vernis en relief (« dimensionnel ») et le doré. Une plate-forme Nexpress tout à fait renouvelée a encore été commercialisée l'an dernier sous le nom Nexfinity. Outre un gain de qualité supplémentaire, cette Nexfinity permet à son utilisateur de permuter librement l'ordre d'impression des couleurs sur les cinq groupes. Par exemple, en imprimant le blanc en premier, suivi du doré, et ensuite les CMJ.

Ricoh dispose depuis quelques années d'une série d'imprimantes équipées d'un cinquième groupe couleur. La presse Pro C7200X (« Graphic Arts Edition ») propose ainsi un vernis transparent brillant, un jaune fluo, un rose néon et un toner blanc, mais aussi un toner rouge invisible, pour les applications de sécurité.

HP Indigo semble aussi très douée pour ajouter des possibilités supplémentaires à la palette chromatique, comme des couleurs de société, des encres fluorescentes et métalliques, et même des effets de relief par accumulation et transfert d'une couche épaisse. Xerox a accroché le wagon l'an dernier en lançant un système six couleurs appelé « Iridesse ». Cette machine autorise l'ajout de deux unités de toner supplémentaires – une avant et une après les CMJN standard.

Photos: Messe Düsseldorf, Constanze Tillmann

L'ennoblissement semble augmenter de manière mesurable le désir d'achat du consommateur.

Celles-ci peuvent être dédiées à un toner blanc, argenté, doré ou transparent. De quoi obtenir une large diversité d'effets métallisés.

Dorure, vernis et effets 3D

Outre le spectacle visuel pouvant être obtenu avec les différents systèmes d'impression, le numérique offre encore beaucoup d'autres possibilités dans le domaine de l'ennoblissement. Pour ce qui est de la dorure, du vernissage, des effets 3D et, par exemple, de la découpe laser, il peut égaler les techniques conventionnelles, voire les dépasser, car il permet en plus de faire varier intégralement le texte et les images. Ajoutons à cela que ces applications haut de gamme sont envisageables déjà pour de très petits tirages.

Les techniques d'ennoblissement en ligne comme en propose par exemple Grafische Groep Matthys sur une presse offset 70 x 100 avec unité de dorure intégrée, ne sont pas courantes sur les presses numériques pour imprimés commerciaux (cette évolution est plus avancée dans l'industrie de l'étiquette). Un tel effet peut toutefois être obtenu avec un équipement spécial comme celui de Kurz. Le fournisseur allemand d'installations conventionnelles de dorure à chaud ou à froid commercialise aussi le procédé « Digital Metal ». La feuille métallisée est transférée sur le design préimprimé en numérique. Une surimpression est ensuite possible (en numérique ou en offset). Comme l'image numérique peut être totalement variable, il est également possible d'ajouter des effets métallisés brillants à un numérotage ou aux coordonnées d'adresse. Landa également avait montré à la Drupa 2016

un prototype de machine utilisant la « métallographie » pour des effets de dorure. Alors que traditionnellement, la feuille métallisée déroulée est transférée à l'image imprimée (après quoi la partie non consommée est réenroulée et inutilisable), la technique de Landa applique des nanoparticules métalliques sous forme de poudre – comme jadis sur une bronzeuse. La technique a été vendue en 2017 au groupe allemand Altana, qui souhaite continuer d'en développer le potentiel.

Numéro collector

La couverture du numéro de février de *Nouvelles graphiques* était un bon exemple d' « ennoblissement variable », avec par-dessus un identifiant collector unique inscrit en lettres d'or. Celui-ci avait été appliqué avec la technologie JETvarnish de MGI, filiale de Konica Minolta. Cette couverture cachait bien d'autres choses encore : chaque exemplaire combinait de la matière statique et variable (qui lançait aussi l'appli permettant de démarrer une vidéo en réalité augmentée) et intégrait des effets de dorure, du vernis sélectif 3D et des éléments texturés.

Les têtes jet d'encre de la JetVarnish 3D de MGI projettent du vernis UV en différentes épaisseurs de couche (jusqu'à max. 100 µ). La machine analyse chaque feuille préimprimée, reconnaît l'image via la base de données et applique la forme vernie souhaitée. Elle peut traiter entre 1.000 et 1.500 feuilles par heure en fonction de la forme de vernissage. Dans le second groupe, le vernis peut aussi faire office de forme adhésive, sur laquelle le film de dorure viendra s'appliquer.

Pionniers du post-presse

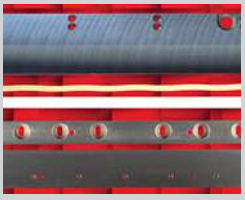
Depuis 2012, Scodix et Highcon font œuvre de pionniers avec leur équipement de façonnage et d'ennoblissement spécialement étudié pour répondre à la tendance à la multiplication des commandes en tirages toujours plus courts. Highcon se concentre sur les machines de rainage et de découpe. Au lieu d'utiliser des formes de rainage et de découpe traditionnelles, on crée les filets rainants en déposant un polymère sur une feuille montée sur le cylindre. Celui-ci est ensuite durci par exposition à un rayonnement UV. Une matrice de rainage peut ainsi être rapidement fabriquée pour chaque nouvelle commande, quelle que soit la quantité. Le module découpe les formes souhaitées à l'aide de lasers. Il peut s'agir, par exemple, de simples étuis, mais aussi de découpes sophistiquées. Scodix propose une combinaison d'effets de dorure, de laques, de vernis sélectifs et d'applications 3D sur une grande diversité de supports, lesquels peuvent en outre être individualisés. On retiendra, par exemple, la technique unique de jet d'encre à paillettes, qui peut être appliquée localement. L'entreprise, qui a fait parler d'elle pour la première fois à l'Ipex de 2010, dit avoir entre-temps installé 400 machines de par le monde.

Selfmailer avec pop-ups

Revenons pour conclure à Trish Witkowski. Elle a encore fait des étincelles le mois dernier avec la présentation, pour son épisode 468, d'un self-mailer : une invitation, imprimée recto verso en bichromie (rouge et bleu). La forme de la carte surprend d'emblée. Quand on ouvre la couverture, le volet de droite se déplie en accordéon pour donner une banderole longue de six pages dont l'extrémité est coupée en deux pointes. Deux pop-ups se détachent en outre en relief à contrepli, ce qui fait encore ressortir davantage ces éléments. « *It's a wonder-fold life* », peut-on lire sur le tee-shirt de Trish. ■

Impact de l'ennoblissement

La fédération professionnelle allemande Verband Druck und Medien Bayern (VDMB), en collaboration avec l'institut de sondage The Neuromarketing Labs, a étudié l'effet de l'ennoblissement des imprimés sur les consommateurs. Plutôt que de devoir répondre à un questionnaire, les participants à l'enquête ont été soumis à des technologies d'oculométrie et d'électro-encéphalographie, destinées à rendre compte des réactions se produisant dans leur cerveau. Les cobayes ont eu à évaluer une série de mailings, imprimés sur différents types de papier et ayant bénéficié de diverses techniques d'ennoblissement (allant du vernis en dispersion ou UV au pelliculage satiné en passant par la dorure à chaud en relief). Une première palpation à l'aveugle a été suivie d'un examen visuel simple, puis d'un nouvel examen mailing en main.

Le test a livré des enseignements intéressants – encore que pas tout à fait inattendus : l'ennoblissement fait que le mailing capte beaucoup mieux l'attention et qu'il la retient aussi plus longtemps (ce qui peut encore être renforcé par l'utilisation de qualités de papier haut de gamme). Les gens considèrent la lecture d'un texte long et exigeant comme une expérience négative et ils ont dès lors tendance à le parcourir en diagonale. L'ennoblissement de l'imprimé est toutefois de nature à neutraliser cet effet négatif. Enfin, l'ennoblissement semble augmenter le désir d'achat du consommateur de manière mesurable.

beldé
nous donnons plus de tranchant à vos lames
beldé est spécialisée depuis 50 ans déjà dans l'affûtage et la vente d'outils de coupe pour l'industrie graphique, de l'emballage et de l'étiquette.
Nous avons la solution adaptée pour toutes sortes de matériaux, marques et types de machines de coupe.
Uilenbaan110 | 2160 Wommelgem | Tél +32 (0)3 355 32 10 | www.belde.be | belde@belde.be