

MICRO ÉDITO

Chabrillac affine son look

Depuis de nombreuses années, Chabrillac a mis en place une équipe de développement composée de plusieurs ingénieurs et producteurs expérimentés afin d'imaginer des solutions techniques et des produits d'avant-garde. C'est la continuité de l'esprit novateur de Louis Chabrillac, notre fondateur, premier à se lancer dans les machines quadri en grand format et notamment lors du lancement des abribus. Vous ne serez donc pas surpris de notre nouvelle signature :

Chabrillac imprime l'avenir depuis 1925

JEU DU MOIS

Je ne vous vanterais pas les mérites de notre nouveau logo, son accident typographique décalé, sa typo d'avant qui redevient à la mode ou la sobriété de sa mise en page. Le choix d'une représentation visuelle du caractère essentiel d'une entreprise est une torture pour l'esprit et un sujet de dispute dans les bureaux. Mais voici ceux auxquels nous avons échappé :



LA SAGA

IMPRIM' LUXE, l'impression de qualité au service des marques

La France, nous en sommes tous fiers, conserve un prestige inégalé dès qu'il s'agit de luxe et de bon goût. Dior, Chanel, Vuitton, Hermès

devise « La France imprime sa marque », traduit bien que le luxe c'est la France et que l'excellence de l'impression met en valeur ses marques. Donnons la



© cristovao31

sont des marques qui continuent à faire rêver le monde entier. Afin de développer ce patrimoine, la DGE¹ a lancé un appel à projet remporté par l'UNIC² pour une recherche d'excellence dans les arts graphiques permettant de mettre en valeur les marques et les produits de prestige. C'est ainsi que naquit Imprim' Luxe, le label d'excellence porté par 50 acteurs majeurs de l'industrie graphique française. La

LE BUT EST DE TIRER LA FILIÈRE PAR LE HAUT

parole à Pierre Ballet Président d'Imprim' Luxe : « Notre label se doit d'être un catalyseur de qualité dans un domaine fortement concurrentiel... Le but est de tirer la filière par le haut, d'alimenter

des dynamiques collectives qui remettront la question de la qualité au centre des enjeux industriels. » Acteurs - février 2015

PROCHAIN EPISODE Imprim' Luxe : mode d'emploi

¹ DGE : Direction Générale des Entreprises (ex DGCI) Ministère de l'industrie
² UNIC : Union Nationale des Industries de l'Impression et de la Communication,



EN SAVOIR PLUS

ENTRE AFFICHAGE ET LIEU D'AISANCE, les colonnes Morris sont nées !



© S&P&R

Il est de notoriété publique qu'en 1868 l'imprimeur Gabriel Morris lance à Paris les Colonnes d'affichage et leur donne son nom. Ces colonnes sont destinées à l'affichage publicitaire notamment des théâtres qui se multiplient à vive allure en ce milieu de XIX^e siècle. L'histoire nous apprend que l'invention en revient au Berlinois Ernst Litfass qui les avait introduites à Berlin, dès 1854. Mais connaissez-vous la petite histoire ?

En ce temps-là, à Paris, l'affichage public n'était pas réglementé et tout espace disponible était bon pour faire sa réclame, bout de mur, arbres... L'extérieur des urinoirs dotés d'un panneau spécifique n'échappait pas à cet

usage. En effet le préfet de police Gabriel Delessert avait autorisé l'installation des "colonnes moresques" drôlecoïncidence, supports d'affiches à l'extérieur et urinoirs à l'intérieur. Mais tout cela exhale quelques mauvaises odeurs... Il faut donc régler ce problème d'hygiène ! Ces "colonnes moresques" sont ainsi remplacées par les colonnes Morris pour l'affichage et par des "vespasiennes" pour les lieux d'aisances... La société Morris devient la Société Fermière des Colonnes-Affiches destinée à promouvoir les actualités culturelles. En 1986, JCDecaux rachète la Société Fermière et décide de revisiter ce mobilier urbain en le modernisant (et pour revenir aux origines crée aussi les "sanisettes" en remplacement des vespasiennes). Aujourd'hui les colonnes Morris font aussi partie du paysage urbain à San Francisco, au Qatar, à Madrid, Londres ou Liepzig parmi tant d'autres villes.

**“ JE COURAIS
JUSQU'À LA
COLONNE MORRIS
POUR VOIR LES
SPECTACLES QU'ELLE
ANNONÇAIT ”**

« Tous les matins je courais jusqu'à la colonne Morris pour voir les spectacles qu'elle annonçait. Rien n'était plus désintéressé et plus heureux que les rêves offerts à mon imagination par chaque pièce annoncée et qui étaient conditionnés à la fois par les images

inséparables des mots qui en composaient le titre et aussi de la couleur des affiches encore humides et boursofflées de colle sur lesquelles il se détachait. » Marcel Proust - Du côté de chez Swann - 1913

? FAQ

Emilie (agence de Pub) nous écrit :

« J'ai des difficultés avec les impressions numériques que je fais réaliser et j'ai besoin d'un conseil pour orienter mes imprimeurs : les impressions présentent un effet de bande qui semblent être de couleur différente. Ces bandes sont nuisibles à la qualité du rendu. »

Chère Emilie vous parlez du phénomène dit de "banding", il peut avoir deux origines :

Soit il s'agit d'un problème des têtes d'impression parce qu'elles sont bouchées ou mal réglées et ne donnent pas un encrage régulier sur tous les points de la tête. Ce problème se résout assez facilement par un réglage et peut demander d'augmenter la définition d'écriture (ce qui augmente le temps d'encrage et la quantité d'encre utilisée).

Soit il s'agit de problème de séchage de l'encre qui polymérise différemment, ce phénomène est particulièrement sensible avec les traceurs où l'impression est réalisée par des allers-retours des têtes. Il s'agit d'un déséquilibre lié au système de séchage de l'encre. Seul un réglage fin de ce système peut permettre de résoudre le problème. Sinon il faut passer en écriture monodirectionnelle et doubler le temps d'impression.

Q INFOS

Pour en savoir plus sur les points techniques, n'hésitez pas à consulter nos experts.