L'industrie des arts graphiques : le matériel pour la finition du produit imprimé

Autor(en): **Chambon, Edwin**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique franco-suisse**

Band (Jahr): **70 (1990)**

Heft 4

PDF erstellt am: **02.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-886867

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Edwin Chambon
Président-Directeur Général
Müller Martini France, Palaiseau

L'industrie des arts graphiques

Le matériel pour la finition du produit imprimé

L'évolution constante du livre, du magazine et du journal, tant par l'arrivée de nouveaux titres, que par ses "métamorphoses" d'aspect, met chaque jour notre profession devant un défi.

La finition du produit imprimé dans ce domaine d'activité se divise en trois secteurs :

❑ **le matériel de reliure**

Qui n'a pas tenu en mains un catalogue de vente par correspondance (La Redoute, les 3 Suisses...) ou un magazine au dos collé (Marie-Claire) ? Tous ces produits, d'une conception moderne ne sont pas toujours fabriqués pour durer "le temps d'une saison". Ils doivent être également de qualité (le Guide Michelin, les livres de poche...). À cette exigence de qualité doit également se joindre la spécialité. Le collage d'un échantillon de produit cosmétique dans une revue représente un "plus" auquel il faut toujours savoir répondre.

❑ **le matériel de brochure**

La réputation du matériel suisse lui permet de conserver une excellente image de marque par la garantie de la robustesse, du sérieux, de la qualité du service après-vente. Les cadences de production exigées par les brocheurs imposent ces qualités primordiales.

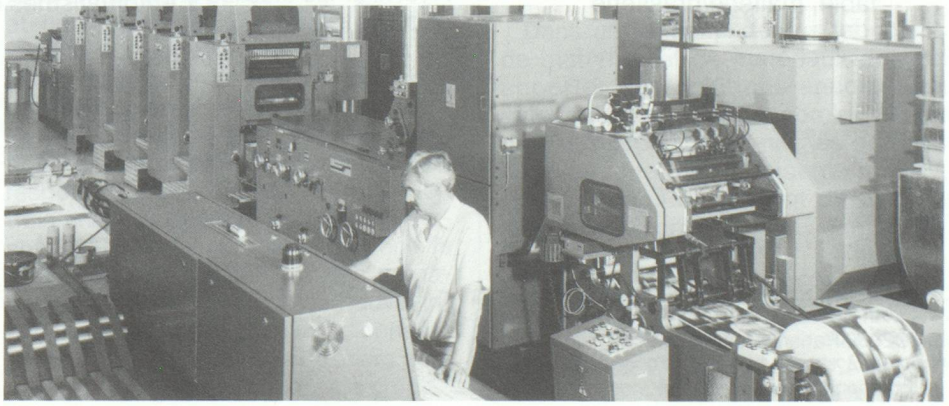
Le secteur de la brochure couvre principalement le monde du magazine. Le consommateur qui se présente au kiosque chaque semaine pour acheter son programme de télévision (Télé 7 jours, Télé Poche) ou son "hebdo" préféré (l'Express, Le Point...) sait que le produit sera à l'heure sur le point de vente. Il pourra également y trouver à l'intérieur des spécialités telles que : échantillons, cartes collées, feuilles de commande, coupons d'abonnement, etc. Le brocheur aura su rattraper un éventuel retard dû à l'attente du camion en provenance de chez l'imprimeur pour terminer le produit ; et si une pièce mécanique doit casser sur le matériel, un service après-vente de qualité devra immédiatement résoudre le problème.

Le matériel suisse, jusqu'alors incontesté sur ce marché, de par sa fiabilité et son savoir-faire, se trouve depuis quelques mois aux prises avec des constructeurs concurrents. Cependant, la clientèle saura sans nul doute se tourner à nouveau du côté de la qualité et de la robustesse jamais démenties.

❑ **les salles d'expédition de journaux**

Sûreté et performance - devise majeure dans toute salle d'expédition. L'actualité fait vivre un journal. Il doit être possible de procéder à tout moment à des changements en cours de production. Les capacités énormes des machines rotatives à imprimer et la multiplicité des opérations en salle d'expédition : stockage intermédiaire, encartage, adressage, empilage croisé, emballage, splittage conforme au routage, etc. supposent une planification exacte du déroulement de chaque phase. Cela nécessite non seulement de savoir équiper les grands journaux (Dernières Nouvelles d'Alsace...), de la sortie de la plieuse sur la rotative, jusqu'au quai de chargement, en garantissant toutes les étapes intermédiaires : tampon PrintRoll, stockage intermédiaire stationnaire ou mobile, encartage, pliage, adressage, comptage, pose de feuilles de routage, emballage, mais aussi soulager les petites unités de production par l'installation d'équipements spécifiques.

❑ **les rotatives à imprimer les formulaires en continu**

L'impression des formulaires en continu a connu ces dernières années un essor prodigieux. La tendance à vouloir toujours plus de couleur ne se constate pas seulement dans les journaux, mais elle est également de plus en plus marquée dans le secteur de l'impression en continu. L'accroissement considérable des gros tirages d'imprimés et de publipostage enregistré au cours de la dernière décennie devrait cependant stagner dans les années futures. On devrait par contre assister à des progrès technologiques indispensables : développement de l'électronique, temps gagné sur les calages, diminution de la gâche... et toujours amélioration des systèmes de façonnage...un grand avenir pour le continu !

Le chiffre d'affaire de Müller Martini a augmenté, ces cinq dernières années, de 20 %. L'année 1990 s'annonce satisfaisante.La demande croissante de l'imprimeur de vouloir ne plus confier la finition du produit imprimé à l'extérieur, permet d'être optimistes pour le futur au niveau du matériel petite et moyenne gamme. Il en est de même pour les équipements de grande importance qui répondent constamment à l'exigence de l'évolution technique et permettent une rentabilité croissante. Le marché unique de 1993 ne devrait pas modifier notre part de marché sur le territoire français, Müller Martini étant présent partout en Europe. ■