

L'impression numérique couleur feuille

Après les révolutions technologiques, on assiste aujourd'hui à des révolutions d'usage. La technologie n'est plus un sujet de débat si elle ne permet pas de mieux vendre l'imprimé ou d'abaisser les coûts.

Face à la transformation de la communication liée à l'Internet mobile, la télévision à la demande ou encore les médias sociaux, les utilisateurs cherchent à repositionner l'imprimé dans le mix des médias avec des produits plus impactants. L'impression numérique apparaît comme un des leviers pour renouer avec la valeur ajoutée et réussir une montée en gamme de sa production. Forte de sa capacité à traiter des données variables, l'impression numérique permet de fabriquer des imprimés uniques en moyenne ou en grande série et de délivrer un message personnalisé (texte/et ou image). L'impression numérique ouvre donc la voie au « marketing one to one », une pratique qui consiste à individualiser les actions de promotion et de communication marketing, en fonction des attentes et du profil de chaque client ou prospect.

En opposition avec le marketing de masse, l'imprimé personnalisé place le receveur au centre du message pour répondre réellement à ses attentes et établir un lien. Associée à un beau papier, épais ou soyeux et dans un format original, l'impression ciblée devient un vecteur d'émotion, surtout s'il parvient à surprendre ou séduire le lecteur par son contenu et son esthétique. Mais au-delà de son aptitude à produire des travaux à valeur ajoutée, l'impression numérique répond, sans attendre, aux courtes séries, dont le nombre ne cesse de croître.



© Fotolia_169491912

L'argument des courtes séries

Ne seraient-ce que pour profiter de l'essor des courtes séries, ces presses se sont révélées une composante indispensable à l'arsenal des imprimeurs et ce dans la plupart des pans d'activité de l'imprimé : l'édition, le marketing direct, le labeur, les étiquettes.

Après avoir traversé une longue période de réticence, le marché mondial de l'imprimé est entré, peu avant la crise financière, dans une phase d'adhérence, puis d'adoption massive, telle qu'elle fut prédite par ses créateurs. En 1993, devant un public médusé, Benny Landa, considéré comme le père de l'impression numérique, déclarait : « *tout se qui pourra être numérique le sera dans l'avenir et l'impression n'échappera pas à constat.* ». Longtemps critiqué pour ses prévisions jugées trop optimistes, le charismatique homme d'affaires avait néanmoins senti, avant l'heure, la direction du marché vers les courtes séries et le besoin de personnalisation. 24 ans après, plus personne n'oserait contester l'intérêt de l'impression numérique et la réponse qu'elle apporte aux tendances du marché.

Aux yeux des imprimeurs, la question n'est plus de savoir si il faut investir ou non dans le domaine de l'impression numérique (souvent pour la deuxième ou la troisième fois) mais davantage de trouver quelle solution d'impression toner (autrement nommée électrophotographie) sera la plus appropriée. La question de la qualité ne fait plus débat et la distinction se fait essentiellement sur les volumes.

Extension du domaine du possible

Alors que la situation semblait bien établie autour de l'électrophotographie (toner sec ou liquide), le jet d'encre est venu jouer les troubles fêtes et déplacer le débat vers les coûts de revient, marquant un épisode dans l'histoire de l'impression numérique. L'argument prix interpelle forcément les imprimeurs qui lors de la Drupa ont pu assister à l'émergence d'une offre feuilles. Ces machines associent la souplesse du feuille à feuille au coût de revient du jet d'encre. Néanmoins, hormis quelques machines déjà commercialisées, la technologie jet d'encre n'apparaît pas totalement mature.

Pendant que bon nombre de regards étaient braqués sur les développements autour de l'Inkjet, la technologie électrophotographie a montré qu'elle avait des atouts dans sa manche. Vingt ans après son apparition sur les marchés des presses de production, on a pu constater quelques évolutions remarquables : la maîtrise du contrôle de la couleur, la montée en format, l'accroissement des vitesses et la multiplication de l'offre. Avec de telles évolutions, l'impression numérique progresse peu à peu et repousse, chaque année ou presque, encore un peu plus la frontière de rentabilité qui la séparait de l'offset.

Le jet d'encre feuille en phase de conquête

Depuis quelques années, les constructeurs sont de plus en plus nombreux à porter leurs développements vers des machines jet d'encre feuilles. Ces presses numériques permettent de combiner les avantages économiques du jet d'encre avec la souplesse d'une plateforme feuille de façon à basculer facilement d'un travail à un autre avec différents papiers.

Plus souple et mieux adaptée à une production de travaux variés que la bobine, l'impression en mode feuille n'est donc plus réservée aux machines toner. En plus de ses avantages, le jet d'encre possède toujours l'avantage de demander moins d'opérations de maintenance, d'offrir des taux de disponibilité plus élevés et un coût d'exploitation réputé plus faible qu'en toner.

De nouvelles presses devraient bientôt arriver sur le marché.

Autrefois chasse gardée de l'électrophotographie, l'argument qualité est également repris par les machines jet d'encre, notamment la Jet Press de Fujifilm, avec laquelle il est possible d'utiliser plusieurs tailles de gouttes dans un même document pour affiner les détails. Alors que bon nombre de fabricants se lancent à peine sur le marché, Fujifilm indique avoir vendu plus de 90 machines dans le monde, aussi bien dans le domaine de la communication que de l'emballage imprimé, depuis son entrée sur le marché en 2012. Depuis, il a été rejoint par Xerox avec sa machine Brenva HD (conçu sur un

LE PRINCIPE DE L'ÉLECTROPHOTOGRAPHIE

Malgré l'offensive du jet d'encre, l'électrophotographie reste le procédé ultra majoritaire sur le marché. Reprise par quasiment toutes les machines numériques, cette technologie consiste à créer une image latente sur un tambour appelé support photorécepteur qui peut se charger et se décharger électriquement sous l'effet de la lumière. Une fois l'image latente développée, l'encre est ensuite amenée sur le papier. Grâce au phénomène électrostatique, les particules d'encres sont attirées par la zone d'impression et repoussées par les zones qui ne seront pas imprimées. Les technologies de transfert de l'encre au papier divergent selon les fournisseurs d'équipements. Alors que HP Indigo ou Kodak Nexpress font appel à un blanchet dont leur conception, les autres machines exploitent un système de report direct de l'encre sur la feuille et son association avec un four ou une source de chaleur diverse qui permet son adhérence sur le support.

JOHNNY FALCK, GÉRANT DE FALCK&CO

Quel est votre parc machines en impression ?

Nous exploitons trois presses numériques. La dernière acquisition est la Canon ImagePress C10000 qui a l'avantage de reproduire le point de trame et d'offrir une plus grande qualité que les systèmes d'entrée de gamme qui se restreignent à la sublimation. L'autre argument de cette machine est la qualité du repérage en recto et verso y compris sur des papiers de 350 grammes. Grâce à son repérage extrêmement précis, nous pouvons même imprimer sur un vernis sélectif réalisé en sérigraphie.

Quels sont vos signes de distinction ?

La finition se fait uniquement hors ligne, afin d'appliquer un double contrôle, l'un en sortie de presse et l'autre en finition, avec un matériel varié de pique, pelliculeuse, dos carré collé, raineuse. La presse numérique est dédiée à l'impression. Nous réalisons en impression numérique des tirages allant jusqu'à plus de 10.000 pages A4 et nous pouvons imprimer des papiers recto verso d'un grammage de 350 gr à pleine vitesse. Un des autres signes de distinction est que Falck&Co répond aussi aux besoins de personnalisation du marché de l'enveloppe, grâce à notre machine Canon 700 VP.

Pourquoi ne pas avoir intégré l'offset ?

Je suis issu du monde de l'offset mais nous utilisons exclusivement des presses numériques car ce procédé est plus simple d'utilisation et ne demande pas de compétences humaines aussi complexes qu'en offset. Nous sommes une entreprise familiale. Je travaille avec mes enfants et leur culture est celle du numérique, des smartphones, de la personnalisation et de l'instantané. L'impression numérique s'inscrit dans cette évolution. Elle est aussi le procédé d'impression avec lequel ils ont le plus d'affinités.

châssis iGen) et par Canon avec son modèle VarioPrint i300.

La Drupa 2016 a aussi mis en lumière de nombreuses machines en cours de développement, fruit du rapprochement entre les constructeurs de presses offset et les fabricants de presses numériques. Les premiers mettant au point l'architecture du passage papier, les seconds se concentrant sur l'intégration des têtes numériques parfois elle-même fabriquées en interne ou par des constructeurs tiers.

Ainsi, deux constructeurs majeurs du marché de l'offset: Heidelberg et KBA ont choisi d'intégrer sur leur plateforme de presse BI (XL 106 ou VariJET 106) un moteur d'impression jet d'encre respectivement fourni par Fujifilm ou Xerox.)

* *Salon mondial pour l'imprimerie, à Düsseldorf (Allemagne)*

F Guillaume Prudent
Rédacteur en chef