

Évolution dans le monde de l'imprimerie : les imprimeurs peuvent tirer profit de la PAO

Autor(en): **Imhof, Pierre**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **25 (1988)**

Heft 907

PDF erstellt am: **15.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1018172>

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.

Les imprimeurs peuvent tirer profit de la PAO

(pi) Au Salon du livre et de la presse, parmi les visiteurs du stand DP, plusieurs typographes qui regrettaient que nous «fabriquions» nous-même notre journal (saisie des textes, typographie, mise en page, correction et tirage des épreuves) et que nous ne recourions à l'imprimerie que pour l'impression proprement dite et la manutention (pliage, collage des étiquettes). Si les gens du métier nous font quelques reproches sur le non-respect occasionnel de certaines règles typographiques, on sent chez eux une certaine amertume: une clientèle de plus en plus nombreuse recourt, comme DP, à l'ordinateur et à l'imprimante laser pour concevoir bon nombre d'imprimés, du livre à la brochure, du prospectus au journal. Les typos, à juste titre fiers de leur métier, voient les amateurs s'en emparer, sans pouvoir réagir, prisonniers qu'ils sont des techniques qu'ils choisissent leurs patrons. A n'en pas douter, l'imprimerie, avec l'offset d'abord, puis avec la publication assistée par ordinateur (PAO), perd son as-

pect artisanal. C'est une somme de connaissances qui deviennent inutiles, parce qu'intégrées dans des ordinateurs qui les gèrent tant bien que mal. D'autres connaissances, que la machine ne peut gérer, doivent être apprises par ceux qui utilisent la PAO. C'est là qu'il y a le plus souvent des lacunes.

Une fois la formation acquise, cette technique représente incontestablement un «plus» par rapport à la photocomposition traditionnelle. Tout d'abord, la maîtrise du produit jusqu'au stade ultime de l'épreuve finale. La correction, le texte à ajouter ou à modifier en fonction de l'actualité, sont choses possibles jusqu'au dernier moment, sans difficultés, sans colle ni ciseaux. La mise en page est beaucoup plus souple: le rédacteur peut ajouter ou supprimer un intertitre, faire un «chapeau», mettre le titre sur une ou deux lignes, élargir les colonnes, etc., au vu de l'aspect de la page. Pas nécessaire, donc, de tout prévoir à l'avance, mais possibilité d'améliorer l'imprimé au vu de son aspect à l'écran

ou sur un premier tirage. Le côté financier est également important. Les économies que permet la PAO, même en tenant compte du personnel nécessaire à la saisie des textes, sont importantes. Et puis la même personne peut, avec l'aide du même ordinateur, se consacrer à d'autres tâches: promotion, gestion du fichier, secrétariat, etc.

Il y a certes un transfert d'emplois des imprimeries vers leurs clients, mais les imprimeurs peuvent réagir en formant du personnel et en utilisant eux aussi cette technique. Avec un investissement peu important même pour une petite entreprise (il faut compter environ 15 000 à 20 000 francs pour un équipement complet de PAO, logiciels compris) une imprimerie pourrait réaliser rapidement de petits travaux et aurait une formule souple à proposer: le client apporte une disquette de texte, et l'imprimeur en assure ou «signole» la mise en page. En utilisant simultanément les techniques modernes de communication (téléfax, modem) un document peut faire rapidement des allers-retours client-imprimerie jusqu'au résultat optimum, les partenaires se partageant le travail selon leurs compétences. Ce serait une réaction face aux copy-services qui encaissent les bénéfices du nombre croissant d'imprimés que produit notre société de communication. Car pour s'assurer du travail dans la phase qui permet de rentabiliser les machines les plus coûteuses, il faut rendre le client dépendant dès la conception du projet, et travailler avec les mêmes outils que lui.

Mais tout indique que pour l'instant les descendants de Gutenberg considèrent l'achat d'un système de PAO comme un pacte avec le diable. ■

DP y était – et vous ?



Nous vous l'avions annoncé, DP était présent au Salon du livre et de la presse. Occasion d'étoffer le cercle de nos abonnés, mais aussi de rencontrer nos lecteurs. Nous y reviendrons, après bilan, dans notre prochain numéro. (Photo: Daniel Winteregg)