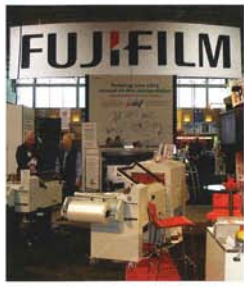


Graphics Canada, un grand salon pour une grande industrie

La bonne humeur était au rendez-vous au salon Graphics Canada et aucune fausse note, ni même le spectre de la crise, ne sont venus ternir l'enthousiasme.

Plus de 400 entreprises se sont partagé la surface d'exposition dont l'accueil avait été réservé, cette année, par Fujifilm Canada.



Fujifilm avait simulé une véritable imprimerie moderne.

Une véritable imprimerie moderne avec un service de réception, de gestion des commandes et de prépresse, ainsi que des zones d'impression offset, numérique et grand format attendaient les visiteurs dès leur entrée au salon. L'imprimante à technologie jet d'encre UV grand format Acuity Advance X2 avait de quoi impressionner, alors que les démonstrations se succédaient sur la presse. La suite logicielle Web-to-print Prisme était également en démonstration, aux côtés de l'imprimante DocuColor 7002 de Xerox.

Chez Konica Minolta, c'est le Bizhub PRO C65he qui était mis en évidence en raison de la grande reproductibilité de ses couleurs,

correspondant aux exigences PMS (Pantone Matching System), et afin de démontrer la toute nouvelle technologie de couleurs à saturation élevée, développée par le fabricant.

Pour Alain Patenaude, consultant en impression indépendant, et Réjean Ouellet, chargé de comptes majeurs à la division Arts Graphiques de Konica Minolta, Graphics Canada est un incontournable. « Le Québec ne propose pas encore d'événement de cette envergure, pour nous, c'est ici que ça se passe », lancent-ils en cœur.



Alain Patenaude, consultant en impression indépendant, et Réjean Ouellet, chargé de comptes majeurs à la division Arts Graphiques de Konica Minolta

Une mine de découvertes

Yoan Robitaille, président de Stylax 3D, de Laval, était curieux de découvrir les nouveaux produits lancés sur le marché cette année. « Nous

sommes toujours à l'affût des innovations et des nouvelles technologies que nous pouvons présenter à nos clients, c'est principalement ce qui nous attire ici et à d'autres salons tels que Print de Chicago. »

Pour ce qui est des nouveaux équipements présentés, les visiteurs ont été servis. Bon nombre de produits étaient présentés pour la première fois au Canada, parmi lesquels les imprimantes Stylus Pro 7900 (24 pouces) et Stylus Pro 9900 (44 pouces) d'Epson, la nouvelle gamme d'imprimantes couleur à jet d'encre ComColor de Riso et l'imprimante latex HP Designjet L25500.



Epson a présenté, pour la première fois au Canada, plusieurs produits, dont les imprimantes Stylus Pro 7900 (24 pouces) et Stylus Pro 9900 (44 pouces).

Outre les presses, l'équipement postpresse comptait également son lot de nouveaux produits, notamment les récents ajouts à la gamme de finition UV Vivid-Coater de Graphic Whizard, le massicot Zip-A3E de Therm-O-Type Corp avec écran de contrôle tactile Windows XP et la presse de découpe Bobst Commercial 106.

Quant aux suites logicielles en démonstration, elles étaient nombreuses et couvraient une vaste gamme de services, du web-to-print – présenté par Amazing Print, EFI, HiFlex et Prisme Technologies – à la gestion d'inventaire, en passant par les logiciels de design graphique. À cet effet, les trois jours d'exposition étaient émaillés d'une série de séminaires gratuits sur les nouvelles fonctionnalités de systèmes d'exploitation tels qu'Adobe InDesign, Adobe Illustrator ou Snow Leopard, sur Mac.



Frédéric Savard, directeur général, et Martin Sirois, directeur de production de l'entreprise spécialisée en reliure commerciale, Au vêtement du Livre, s'étaient déplacés de Loretteville.

Les exposants québécois étaient de la partie

Frédéric Savard, directeur général, et Martin Sirois, directeur de production de l'entreprise spécialisée en reliure commerciale, Au vêtement du Livre, s'étaient déplacés de Loretteville pour promouvoir leurs services à Graphics Canada. « C'est la première fois que nous exposons dans un salon hors Québec, nous tentons de percer le marché canadien

et nous avons pu établir de nombreux contacts à Toronto. Si cela se traduit en retombées pour notre entreprise dans l'année à venir, nous aurons atteint notre objectif. »

De nombreux imprimeurs québécois se sont arrêtés au stand de KBR Graphics pour discuter avec les représentants de l'entreprise. « Nous sommes toujours très satisfaits des résultats de Graphics Canada », a déclaré Karl Belaf, président de KBR



Karl Belaf, président de KBR Graphics, distributeur exclusif au Québec de la presse numérique multiusages papiers et plastique Metco DP60 de MGI