



La production imprimée: savoir prendre des décisions éclairées

Une journée pour connaître les étapes d'un projet de production imprimée, apprendre les termes et les techniques utilisées, et surtout poser les bonnes questions avant de signer un devis.

Objectifs

Le cours permet aux participants d'acquérir des connaissances suffisantes pour pouvoir évaluer une production et discuter des étapes de réalisations avec les gens concernés (directeur artistique, agence ou producteur-imprimeur). Vous passerez à travers toutes les étapes d'un projet: illustration ou photo, PMS ou process, fichiers électroniques, processus d'impression et papiers utilisés. Tout pour mieux décider lors de la production d'une annonce-journal, magazine, affiches, dépliants, panneaux extérieurs, marketing direct, etc.

Qui devrait participer

Ce cours d'introduction s'adresse plus particulièrement aux chefs de produits, chefs ou directeurs de publicité ou à toute personne impliquée dans l'élaboration et le suivi des campagnes publicitaires de son entreprise, plus particulièrement au niveau de l'approbation et du suivi des projets de production imprimée.

Programme

Le cours est conçu pour élargir les connaissances et accroître les compétences de base des participants, de façon à ce qu'ils puissent mieux communiquer avec leurs agences de publicité et maximiser la rentabilité de leurs investissements publicitaires. Plus particulièrement:

1. Les étapes d'un projet et les moments d'approbation
2. L'échéancier: comment le bâtir et le temps requis
3. Illustration et photo: le choix et les contraintes
4. L'infographie: terminologie, logiciels et transfert de fichiers
5. Les couleurs: Pantone, process, duotone
6. Préparation du fichier électronique (Prepress)
7. L'impression: lithographie, sérigraphie, numérique
8. Les différents papiers et leur caractéristique
9. La lamination, les vernis spot ou UV

La conférencière: Lucie Tremblay

Persuadée que le travail d'équipe est la source de la réussite, Lucie collabore avec tous les intervenants d'un projet afin de les accompagner dans un processus empreint de souplesse et de simplicité. C'est là qu'elle tire la plus grande satisfaction de sa profession. Lucie compte plus de trente ans d'expérience dans l'industrie des communications où elle est considérée comme une spécialiste de la production imprimée. Elle commence sa carrière en 1981 chez PNMD (aujourd'hui BBDO). Elle se voit confier la gestion de studios de production, d'équipes d'infographistes et de producteurs imprimés, notamment chez Armada Bates, Pierre Nadeau Direct (Nadeau Wunderman) et SVY&R. Elle contribue avec succès à la réalisation des campagnes publicitaires de clients tels que Brasserie Labatt, Alcan, l'Association des concessionnaires Chrysler, La Fédération des Producteurs de Lait, General Motors, Les papiers fins Domtar, belairdirect, Provigo, ainsi que Loto-Québec. Aujourd'hui directrice chez OSL Communications, firme spécialisée en marketing direct, elle dirige et gère les équipes de création, studio et production imprimée. Lucie est diplômée en production imprimée de l'Institut canadien de la publicité et diplômée en arts graphiques.

Les coûts

Les frais d'inscription à la formation (incluant la documentation, le dîner et les pauses-santé) sont les suivants :

- 400 \$ pour les membres de l'ACA (taxes en sus)
- 700 \$ pour les non-membres (taxes en sus)

Lieu

Sauf indication contraire, tous les séminaires ont lieu au bureau de l'ACA qui est situé :

2015 rue Peel, Bureau 925,
Montréal QC H3A 1T8
Station de Métro : Peel
Tel / Fax : (514) 842-6422

Pour plus d'information, veuillez contacter

Davina Wong au 1-800-565-0109 / dwong@ACAweb.ca
ou Paul Hétu au (514) 842-6422 / pnetu@ACAweb.ca