

Images de couverture

iStock

Rédaction

l'équipe Ogham, Vincent Huet

Le mag ogham est imprimé sur nos presses en novembre 2022 **imprimeriedelort.com**

Nos choix de papiers PEFC

• couverture :

270 g Dolce Vita White (Fedrigoni)

• intérieur :

120 g Coral book

• portfolio : 170 g Coral book

Typographie

Filson pro

2-4, rue de l'Industrie 31320 Castanet-Tolosan 05 61 71 35 35

édito

Bienvenue dans le numéro 2 de notre magazine, une publication qui prend le temps de la découverte et qui vous présente les différentes facettes de notre métier, ainsi que les tendances de fond qui touchent ou toucheront demain le secteur des arts graphiques.

Vous y trouverez aussi des conseils pratiques vous permettant de mener à bien vos opérations de communication, ainsi que des informations amusantes sur l'histoire de l'édition.

En cette période de rentrée, c'est une équipe d'Ogham en pleine forme qui attend vos retours, remarques et suggestions. Une équipe renforcée par l'arrivée de nouvelles recrues, au service de vos objectifs et de vos ambitions.

Bonne lecture!



SOMMAIRE

NOS PETITES INFOS
L'ORIGINE DE L'ITALIQUE
L'HISTOIRE DE LA COMIC SANS
L'ACCENTUATION
DES MAJUSCULES...



LA CHAÎNE GRAPHIQUE OGHAM, DE L'IDÉE À L'OBJET



PRATIQUE
DE L'ÉCRAN AU PAPIER

encart papiers et grammages

récréation "cherche et trouve" et coloriages

le choix de Jean-Michel notre sélection à lire

en quelques noms notre équipe



RSE
LES PARTENARIATS ASSOCIATIFS



PRÉSERVATION DES RESSOURCES LE PAPIER RECYCLÉ



INTERVIEW PASSION LE GOÛT DES MOTS AVEC VINCENT HUET, RÉDACTEUR



MODE D'EMPLOI LE PDF ANNOTÉ

PORTOLIO QUELQUES-UNES DE NOS RÉALISATIONS

ENSEMBLE PRESTATIONS À LA CARTE



PRATIQUE
LE RÉFÉRENCEMENT
DES SITES WEB



SERVICE
LA PUBLICITÉ PAR L'OBJET



A gloria di colui, che tutto moue,
Per l'uniuerfo pene,
tra, & rifflende
In vna pte piu et me;
no altroue.
Nel ciel, che piu de la
fua luce prende

Fu io; & vidi cose, che ridire
Ne sa ne puo, qual di la su discende;
P erch'appresando se al suo distre
Nostro ntelletto si prosonda tanto,
Che retro la memoria non puo ire.
V eramente quant'io del regno santo
Ne la mia mente pote' far the soro.

Pourquoi les **italiques** s'appellent-elles ainsi?

Dans certaines langues, comme le français ou l'anglais, par exemple, les caractères inclinés sur la droite sont appelés "italiques" pour une simple et bonne raison: ils ont été inventés en Italie.

On les doit à **Aldo Manuzio.** C'est lui qui est à l'origine de leur création dans un double objectif: rendre les écrits plus lisibles par rapport aux caractères gothiques de Gutenberg et surtout économiser du papier. Les italiques occupent en effet moins de place sur les pages.

Ces caractères inclinés sont apparus pour la première fois en 1500 dans les Lettres de sainte Catherine de Sienne sur une phrase de seulement quatre mots: «Jesu dolce Jesu amore». Le premier livre entièrement imprimé en italiques, toujours par Aldo Manuzio, est un texte de Virgile paru en 1501, premier livre "de poche" imprimé in-octavo.

Comic Sans : histoire d'une typographie qui ne laisse personne indifférent

Cette police de caractères a été dessinée en 1995 par Vincent Connare à la souris, sans dessin préparatoire, pour un programme de Microsoft. Un chien appelé Rover s'exprimait dans des bulles de bande-dessinée. La police est inspirée des comics comme "Watchmen" ou "Dark Knight Returns" d'où son nom. La trouvant rigolote, les employés de la firme s'en sont emparés pour leurs échanges de mails internes et c'est ainsi qu'elle est intégrée à Windows 95. C'est son usage, souvent inadapté au message à transmettre, qui a cristallisé la haine comme l'adoration des graphistes. Pour les fans, une police plus "professionnelle" a été mise au point par d'autres fans, elle est disponible en téléchargement : comicneue.com

Si vous aimez cette police, vous ne connaissez pas grand-chose à la typographie. Si vous la détestez, vous ne savez vraiment pas grand-chose sur la typographie non plus...



PAULA CRUZ, 2018 - WWW.PAULACRUZ.COM.BR

Écoutez. J'entends les critiques que vous dites dans mon dos. Vous pensez que je suis stupide. Vous pensez que je suis immature. Vous pensez que j'ai des malformations, excuse pathétique pour une police.

Faut-il **accentuer** les majuscules?

Vous avez peut-être le souvenir qu'à l'école, les majuscules ne prenaient pas d'accent. Difficile en effet de rajouter une accentuation sur ces belles anglaises, tout en courbes, pleins et déliés. Cependant, l'Académie française est formelle: « En français, l'accent a pleine valeur orthographique. Son absence ralentit la lecture, fait hésiter sur la prononciation, et peut même induire en erreur. » L'oublier, si l'on suit cette logique, constitue une faute d'orthographe!



Qu'est-ce qu'un **marronnier**?

Dans l'argot journalistique, le marronnier est un sujet qui revient de façon cyclique au fil des saisons (comme les feuilles des arbres). Exemples : les prix de l'immobilier, la rentrée des classes, le salaire des cadres, etc.

LE CALIBRAGE

Le calibrage est la maîtrise du nombre de caractères en fonction de la maquette dans laquelle le texte doit s'insérer afin de garantir l'harmonie graphique et la lisibilité des informations traitées.

01

La première étape, c'est de préparer le rédactionnel de l'article à publier.

La seconde étape est celle de la correction pour que le texte soit conforme à la mise en page (hiérarchisation des informations). C'est aussi dans cette étape que des indications sont mentionnées au compositeur (texte en exergue, légende, chiffres clés).

03

La troisième étape intervient après la mise au point du contenu du texte. Celle-ci consiste au calibrage à proprement parler en comptabilisant tous les signes ou caractères du texte à éditer.

04 |

Il ne reste plus qu'à mettre en forme le contenu.

Qu'est-ce qu'un chemin de fer?

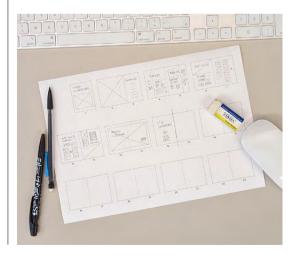
Dans l'édition, un chemin de fer est un document visuel, souvent sur papier au format A4 (mais pas obligatoirement), représentant l'ensemble d'un ouvrage de façon simplifiée.

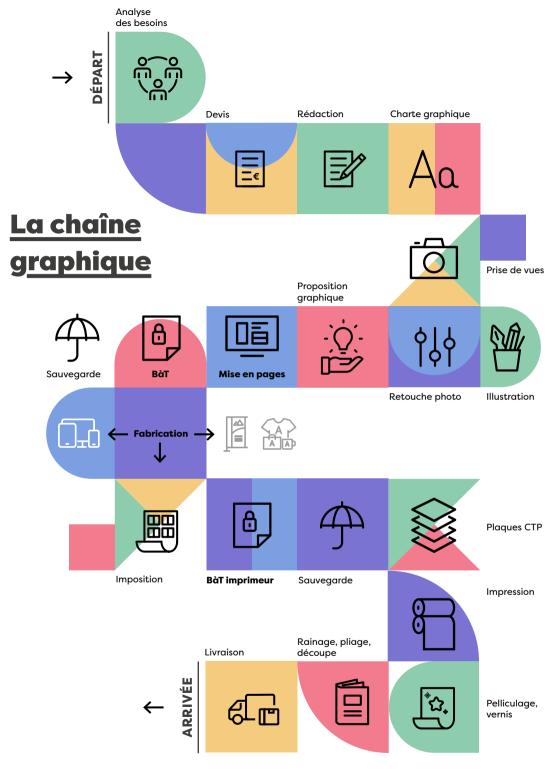
Concrètement, on y voit des petits rectangles liés 2 par 2 (les pages en vis-à-vis), ainsi qu'un rectangle seul au début (la couverture) et un dernier à la fin (le dos). On ajoute souvent les numéros des pages en dessous de façon à pouvoir se repérer facilement. Généralement, on imprime ou on dessine le chemin de fer de façon à pouvoir crayonner dessus. On utilise le plus souvent un crayon de papier afin de pouvoir gommer et corriger au fur et à mesure de l'avancement car plus on progresse, plus le projet

ou rétrécissent. L'idée est donc de gribouiller sur le chemin de fer le contenu de chaque page, représenté via des mots-clés ou de petits dessins.

évolue et il arrive fréquemment que certaines pages changent de place, ou que des rubriques s'allongent...

Cette étape, différente d'un listing du contenu du document, permet au graphiste de connaître la répartition des textes tout au long du document et ainsi de respecter le nombre de pages en préconisant si nécessaire des coupes.





Dans la chaîne graphique, tous les maillons comptent! Focus sur quatre d'entre eux...

L'analyse du besoin

Tout dépend d'elle, tout dépend de lui! C'est la première pierre du chemin. Pour être certain de partir dans la bonne direction, nous vous rencontrons, nous vous écoutons. Puis nous réfléchissons en équipe à vos besoins et à la meilleure façon d'y répondre. Car Ogham ne propose que des solutions sur-mesure!

L'illustration

Quand on pense à l'habillage d'un document, on pense généralement à la photographie. Éventuellement, on pense au travail graphique. Mais beaucoup oublient l'illustration, le dessin.

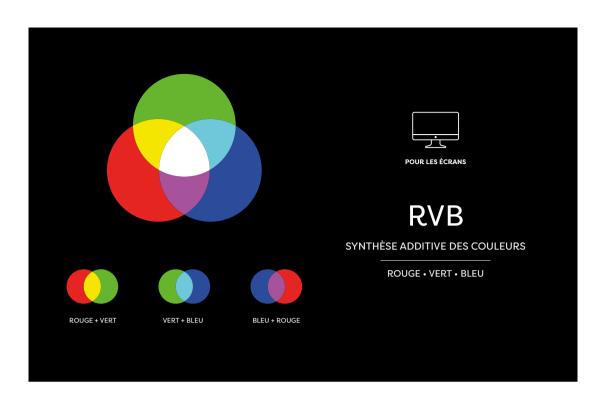
Chez Ogham, nous maîtrisons l'ensemble de ces aspects et compétences. Vous avez le sujet? Nous avons le coup de crayon!

Le bon à tirer

Le bon à tirer impression, BàT pour les intimes, c'est la dernière étape avant le début de la matérialisation de votre document. Chez Ogham, nous accordons beaucoup d'importance à cette phase de validation. C'est pourquoi nous vous invitons à prendre le temps de relire une dernière fois vos documents avant de nous envoyer votre accord par mail.

Rainage, pliage, découpe

On ignore souvent le nombre d'étapes nécessaires à la publication d'un document. Le rainage, le pliage, la découpe sont les derniers gestes avant l'empaquetage et la livraison. Notre proximité avec l'imprimerie nous permet de suivre de très près ce travail, de bénéficier de l'expertise de nos collègues et des dernières innovations technologiques. Pour vous, on se plie en quatre!











MAGENTA + JAUNE



JAUNE + CYAN



POUR L'IMPRESSION

CMJN

SYNTHÈSE SOUSTRATIVE DES COULEURS

CYAN • MAGENTA • JAUNE • NOIR

Pratique

De l'écran au papier : pourquoi les couleurs sont-elles différentes ?

La couleur est subjective, elle est la perception de ce que nous voyons, basée sur l'observation mais aussi sur l'interprétation de chacun.

Notre cerveau voit des couleurs différentes en fonction des fréquences de la lumière perçues par l'æil. À ceci, viennent s'ajouter les contraintes colorimétriques liées aux écrans et à l'impression.

Une question de technologie employée

Un mode colorimétrique réservé aux écrans : la synthèse additive des couleurs ou le RVB

Alors qu'une feuille de papier absorbe la lumière, l'écran a au contraire besoin d'être éclairé. Sans lumière, on obtient un écran noir. Sur votre écran, vous obtiendrez des couleurs très vives, du fluorescent, des effets métallisés...

Les écrans sont constitués de pixels. Chacun d'entre eux est composé de trois sources lumineuses : une rouge, une verte et une bleue. C'est le système Rouge Vert Bleu (RVB, parfois indiqué RGB pour Red Blue Green en anglais). Le mélange de ces lumières détermine donc la couleur du pixel.

Chaque couleur primaire peut atteindre une valeur située entre 0 et 255. Si le rouge, le vert et le bleu sont tous les trois à 0, nous obtenons du noir. Si les trois couleurs sont à 255. nous obtenons du blanc.

Un mode colorimétrique adapté à l'impression : la synthèse soustractive des couleurs ou le CMJN

Le modèle RVB est un modèle de couleurs lumineuses. Il ne peut donc pas s'appliquer pour des imprimantes qui utilisent de l'encre et non de la lumière. Ainsi en imprimerie, on mélange des encres Cyan, Magenta et Jaune (le CMJ de CMJN) sur du papier. Celles-ci vont filtrer la lumière atteignant la surface imprimée.

Elles vont ensuite soustraire et absorber les couleurs du spectre, sauf le ton mélangé, qui lui est réfléchi : c'est ce mélange qui est perçu par l'æil.

Les pourcentages de chaque couleur primaire indiquent le taux de couverture de la surface pour chacune des encres. La quantité d'encre utilisée peut donc varier de 0 (pas d'encre) à 100 % (couverture intégrale de la surface).

En théorie, un mélange parfait de CMJ devrait créer du noir : en réalité, l'æil perçoit plutôt du marron / gris-brun car les encres ne peuvent pas adhérer parfaitement au papier. C'est pourquoi, pour un résultat parfait en impression, on a ajouté en fin de processus le noir à ces 3 couleurs primaires (le N de CMJN). Il permet non seulement d'obtenir un noir profond, mais aussi de donner davantage de relief aux autres couleurs foncées. En anglais, dans le sigle CMYK, « Black » a été remplacé par « Key », et ce afin d'éviter une confusion avec la couleur bleue (« Blue »).

Il faut donc impérativement fournir votre fichier pour l'impression en CMJN et non en RVB si vous souhaitez un bon rendu des couleurs. Si vous envoyez un fichier en RVB à l'impression, la transformation du fichier en CMJN risque de détériorer les couleurs et de mauvaises surprises peuvent apparaître une fois que vous aurez votre support imprimé entre les mains.

Une question de matériel

Le premier point à aborder concerne le support sur lequel la couleur est observée. En effet, les écrans, qu'ils soient de télévision, d'ordinateur ou de téléphone, utilisent des technologies différentes qui influent sur ce que vous voyez: si vous regardez un même PDF sur un ordinateur, puis un téléphone différent, vous obtiendrez probablement des nuances

de couleurs divergentes, à cause du calibrage et de la luminosité. Il est à noter également que votre graphiste privilégiera sans doute pour les échanges par mail un PDF optimisé pour les écrans plus léger qu'un PDF préparé pour l'impression.

Sur le marché, vous découvrirez trois catégories de qualité d'écran d'ordinateur. L'entrée de gamme est surtout destinée à la navigation sur Internet, à l'envoi des e-mails et au traitement de textes. Sa résolution est plus faible que le Full HD. Le modèle milieu de gamme, quant à lui, offre une résolution moyenne de 1920x1080. Il est adapté à la retouche de photos et de vidéos, au gaming, au visionnage de films et promet une bonne qualité d'image. Enfin, les écrans haut de gamme promettent une résolution encore supérieure et une qualité très élevée.

Cette problématique concerne également le matériel d'impression. La technologie mise en œuvre (jet d'encre ou laser), la résolution, le type et le nombre de cartouches d'encre, mais aussi l'entretien du matériel expliquent les différences de rendus des couleurs. Par ailleurs, la couleur aura un rendu différent en fonction du type de papier (facilitant ou non l'absorption), de la qualité de l'encre, ou encore du pelliculage (brillant ou mat, par exemple).

Le calibrage

Les profils

La chaîne graphique doit être calibrée afin que le rendu des couleurs sur le support final, tirage ou impression écran, soit fidèle à ce que vous en attendez et identique d'un dispositif à l'autre. Pour cela, le profil ICC permet d'établir une description précise de l'appareil concerné et de sa capacité à reproduire les couleurs. En calibrant et en établissant un profil ICC pour votre matériel (écran, imprimante), vous pouvez corriger les divers défauts et interprétations de ce dernier.

La sonde de calibrage ou colorimètre

La sonde de calibrage est essentielle pour pouvoir ajuster le contraste et la luminosité d'affichage de l'écran d'ordinateur et s'approcher du rendu réel sur papier. Il faut savoir qu'en sortie d'usine, un écran PC est paramétré selon les configurations par défaut. Il est donc possible que les images soient trop froides, trop contrastées et/ou trop éclairées. La sonde de calibrage vient justement pour corriger cela en permettant de choisir et trouver la meilleure option d'affichage. Ce sont des réglages qu'il faut faire régulièrement.

Et les couleurs Pantone® dans tout ça?

Le ton direct ou « couleur d'accompagnement » en imprimerie désigne l'utilisation d'une encre spécifique, obtenue par mélange à partir d'un nuancier. Un ton direct nécessite donc une plaque d'impression et non quatre, par opposition aux couleurs obtenues par la superposition quadrichromique CMJN (cyan + magenta + jaune + noir). Les couleurs en tons directs permettent d'obtenir des couleurs qui sortent de la gamme quadrichromique (métalliques, fluo...) et sont, de la même manière que les couleurs RVB, difficilement transposables en quadrichromie.

La société américaine basée au New Jersey Pantone Inc. a mis au point un système de référence dans l'unique but de pouvoir reproduire, autant de fois que nécessaire, une couleur unique et exacte. Le pantonier définit les couleurs par des chiffres et les lettres C (pour coated, papier couché) et U (pour uncoated, papier non couché), car comme pour une impression quadri, les éléments techniques intervenant lors de l'impression influeront sur le rendu.

On fait plus rarement appel au ton direct qu'à la quadrichromie (CMJN) car il coûte plus cher en raison du temps de mise en œuvre qu'il demande à l'imprimeur.

RÉFÉRENCE : "LA CHAÎNE GRAPHIQUE - PRÉPRESSE, IMPRESSION, FINITION" DE K. JOHANSSON, P. LUNDBERG ET R. RYBERG AUX ÉDITIONS EYROLLES





La RSE

Partenariats associatifs

Les actions de mécénat local et les partenariats ont toujours fait partie des objectifs et des pratiques de notre entreprise.

Ces actions entrent aujourd'hui dans l'un des sept questions centrales de la certification Iso 26000 intitulée « communautés et développement local ». Au cœur de cette thématique se trouve l'implication de l'entreprise sur son territoire.

>>> L'entreprise participe naturellement au développement économique par la création de richesse locale, le versement d'impôts et taxes locales mais aussi par ses achats auprès d'autres entreprises locales.

Sur le développement social, nous sommes impliqués par la création d'emplois et les relations que nous avons avec des partenaires telles que des écoles et l'intégration dans nos effectifs d'apprentis, alternants et stagiaires.

Mais nous avons également souhaité nous impliquer dans le développement du tissu associatif local qu'il soit sportif, associatif ou tourné vers l'éducation. Nous sommes convaincus de la valeur ajoutée de ces partenariats ancrés territorialement et de leur cohérence avec notre politique globale et les enjeux RSE que nous nous sommes fixés.

Un partenariat associatif sur deux vient des PME. En nous investissant avec des associations, nous percevons directement les avantages : management plus efficace des salariés, meilleure image de marque, meilleure connaissance des besoins de la société et donc de nos parties prenantes. Ce partenariat entreprise / association profite ainsi aux deux parties mais aussi au final à la société dans son ensemble.

Les partenariats que nous avons mis en place avec des associations s'articulent autour de quatre grands axes de développement.

Économique

Nous soutenons à la création d'entreprises et le développement des territoires.

Un levier d'innovation et de performance pour l'entreprise

Social

Nous participons à l'édition du Pied à l'encrier. L'association UCRM dans une de ces nombreuses actions participe à la lutte contre l'illettrisme (adultes et jeunes) et à la promotion de la lecture et de l'écriture auprès des enfants. Elle accompagne les professionnels, salariés ou bénévoles dans leur mission de soutien aux personnes en apprentissage. Un recueil de textes issus des ateliers d'écriture est édité tous les ans et distribué à tous les participants.

Environnemental

Nous sommes toujours en veille pour trouver des filières de récupération de nos déchets. Nous travaillons actuellement à la récupération et au recyclage de tout le matériel informatique obsolète présent dans l'entreprise et chez nos salariés.

L'année 2022 verra naître un nouveau partenariat au profit de la biodiversité.

Sociétal

Le sport et la culture ont toujours fait partie de notre ADN et nous vantons leurs bienfaits au travers de nos partenariats avec :

- Le Fenix Toulouse Handball (équipe de première division)
- Le Tennis Club de Colomiers qui se situe dans les meilleurs clubs français et qui a toujours mis l'accent sur la formation aux jeunes
- Le Rugby de Castanet-Tolosan, notre club local
- Le Grenier de Toulouse: un partenariat de plusieurs années au service de la culture et de la création d'œuvres originales.

Préservation des ressources

Le papier recyclé

Lorsque l'on sait que la quasi-totalité des fibres de cellulose peuvent être récupérées et transformées en un nouveau papier, on comprend à quel point il est important de trier correctement le papier usagé. En fait, sans cela, la grande machine à recycler ne fonctionne pas.

Qu'est-ce que le papier recyclé?

Un papier est dit recyclé quand il contient au moins 50 % de fibres de cellulose provenant de papiers usagés (post-consommation) ou de chutes industrielles (pré-consommation).

Quelle est la part de papier recyclé?

Un tiers des papiers imprimés vendus en France en 2017 contenait du papier recyclé. Le secteur de l'emballage est le plus consommateur de PCR, à 92 %, devant le papier de presse (71 %) et les papiers d'hyaiène (38 %).

Combien de fois le papier est-il recyclable?

Entre 5 à 10 fois. En effet, les fibres se brisent un peu plus encore à chaque recyclage et elles finissent donc à un moment par devenir trop dégradées pour former une pâte à papier exploitable.



LE RUBAN DE MÖBIUS

CE SYMBOLE UNIVERSEL DU RECYCLAGE DEPUIS 1970 SIGNIFIE QUE VOTRE EMBALLAGE EST RECYCLABLE.



LE POURCENTAGE EN SON CENTRE INDIQUE LA LA QUANTITÉ DE MATIÈRES RECYCLÉES UTILISÉES POUR FABRIOUER LE

PRODUIT.



LE POINT VERT

IL SIGNIFIE
SIMPLEMENT QUE
L'ENTREPRISE QUI
L'A APPOSÉ SUR SON
PRODUIT VERSE
UNE CONTRIBUTION
À CITÉO.



62% des papiers ont été triés et recyclés en 2021



LE TRI MAN

IL SIGNIFIE QUE L'EMBALLAGE EN QUESTION EST VALORISABLE, ET PEUT DONC ÊTRE TRIÉ.



LE LOGO PAPIER

VOUS INDIQUE QUE LEURS FABRICANTS ONT VERSÉ UNE CONTRIBUTION À CITÉO.



LE TIDY MAN

CE PICTOGRAMME VOUS INCITE SIMPLEMENT À JETER VOTRE EMBALLAGE DANS UNE POUBELLE, ET NON SUR LA VOIE PUBLIQUE. CITÉO : organisme chargé de piloter le tri et le recyclage en France.

PRODUIRE CHEZ SOI DES FEUILLES EN PAPIER RECYCLÉ

Ne soyez pas effrayé par le nombre d'étapes que vous voyez ci-dessous: le processus de création du papier est simple et ne nécessite pas d'équipement professionnel.

Vous avez probablement déjà tout ce dont vous avez besoin à la maison:

- · du papier à recycler
- · de l'eau bouillante
- un plat à four ou une bassine
- une éponge
- un tamis, ou pour le fabriquer:
 un morceau de maille ou de moustiquaire,
 un cadre en bois (cadre photo par exemple),
 colle ou agrafeuse
- 2 taies d'oreiller ou 2 morceaux de tissu en coton











Voici ce qu'il faut faire :

- Choisissez le papier usagé que vous pouvez trouver chez vous (n'oubliez pas que la couleur des feuilles que vous produirez dépendra de celle du papier que vous utiliserez pour les fabriquer).
- 2. Découpez-le en morceaux. Plus ils sont petits, meilleur sera le résultat.
- Mettez les morceaux de papier dans une plat rempli d'eau bouillante et laissez-les pendant quelques heures, en remuant de temps en temps.
 - Pour la fabrication du tamis: prenez un morceau de tissu à mailles serrées ou une moustiquaire, accrochez-le au cadre photo avec une agrafeuse murale. La taille du tamis déterminera la taille du morceau de papier produit.
- 4. Après le trempage, mettez le mélange dans le mixeur, ajoutez un peu d'eau et mixez jusqu'à obtenir une pulpe à la consistance pâteuse.
- 5. Placez la pâte à papier dans un récipient à fond large, tel qu'une plaque de cuisson ou une bassine. Immergez le tamis dans le récipient, en veillant à ce qu'il soit complètement recouvert. Retirez-le. Vous devriez maintenant avoir une fine couche de papier humide sur le tamis. Laissez l'eau s'écouler.
- 6. Retournez la couche de papier sur une taie d'oreiller. Étendez une autre taie d'oreiller par-dessus et pressez-la avec une éponge pour absorber l'eau. Retirez la taie d'oreiller et laissez sécher la feuille. Cela peut prendre quelques heures.
- 7. Une fois sèche, décollez-la du tissu : votre feuille de papier est prête !



Interview passion

Le goût des mots

Vincent Huet est le rédacteur attitré d'Ogham. De la simple relecture d'un document avant impression à la conception d'un site internet, c'est lui qui prend en charge les contenus rédactionnels de nos clients. Rencontre avec un passionné des mots.

Vous êtes rédacteur. Est-ce que ça veut dire que votre métier, c'est de savoir écrire ?

>>> Oui, mais pas uniquement, Savoir écrire, c'està-dire écrire en bon français, sans faute d'orthographe, de conjugaison, de syntaxe, utiliser le mot iuste, c'est un préalable. Mais être rédacteur, ce n'est pas que ça! C'est aussi savoir appréhender un nouveau sujet de façon pertinente, identifier les informations intéressantes et celles qui le sont moins. C'est avoir une certaine curiosité générale, une bonne capacité d'écoute, et aussi l'esprit de synthèse. Typiquement, c'est savoir partir d'un fonds documentaire d'une bonne dizaine de pages et de plusieurs entretiens téléphoniques pour aboutir à un article que vous pourrez lire en quelques minutes et qui vous apprendra l'essentiel. Un bon rédacteur fait gagner du temps à son lecteur. Et puis, s'il y a du souffle, du rythme, du style, c'est encore mieux! L'idée, c'est de joindre l'utile (l'information pertinente) à l'agréable (la lecture fluide)...

Pour être un bon rédacteur, faut-il être soi-même un grand lecteur?

>>> Personnellement, je me suis mis à vraiment apprécier la lecture quand je n'y ai plus été contraint, c'est-à-dire après mes études! Disons que le point commun, ce sont les mots. Pour écrire comme pour lire, il faut aimer les mots. Chacun a une saveur particulière! Même les deux synonymes les plus proches n'auront jamais exactement la

même résonance... Vingt ans après mes débuts, j'ai toujours le même plaisir à vérifier la définition exacte de tel ou tel adjectif. Et lire permet parfois de découvrir ou redécouvrir un mot, le Graal pour un rédacteur!

Ouelle formation initiale avez-vous suivie?

>>> Une maîtrise de sciences politiques et un master 2 en communication. La première m'a permis de conforter une certaine culture générale, le goût des idées, des notions, la capacité à savoir problématiser une situation; le second m'a permis d'apprendre les spécificités du monde de la communication.

Ouelles sont-elles?

>>> Quand vous êtes journaliste, vous tendez à l'objectivité. L'objectivité pure n'existe pas, mais c'est votre objectif. Ou du moins ça doit l'être! Dans la communication, vous travaillez au service d'un annonceur, une entreprise, une collectivité, parfois même une seule personne. Ici, l'idée est d'aider cette personne, cette collectivité, cette entreprise à mieux formuler son offre, son activité. Parfois, souvent même, ce travail nécessite d'explorer l'identité de l'entreprise, ses valeurs, ses objectifs dans ce que ce mot à de plus noble, sa raison d'être en somme. Il y a une part de psychologie dans le travail de rédacteur!

Et pourquoi avoir choisi la communication plutôt que le journalisme ?

>>> Au sortir de mes études, j'ai testé les deux. Et il se trouve que je n'étais pas à l'aise dans la peau du journaliste. À l'époque, je faisais des piges pour le supplément économie d'un journal régional. J'interrogeais des patrons d'entreprises de toutes tailles pour, au final, livrer des papiers très courts

Savoir écrire, c'est un préalable. Mais être rédacteur, **ce n'est pas que ça!** où j'étais censé présenter leur activité, leurs opportunités, mais aussi leurs contraintes, leurs éventuels ratés. Et je ne me sentais pas légitime. Eux me racontaient l'histoire de boîtes qui étaient toute leur vie, et moi, j'avais le sentiment de sortir de nulle part pour délivrer ma sentence. À l'inverse, la communication m'a permis de trouver ma place et d'exprimer ma créativité. Trouver un nom de marque, une signature, une bonne accroche, c'est excitant! Et puis, j'aime bien pouvoir me dire que par mon travail, j'aide quelqu'un dans le développement de son activité

Depuis combien de temps travaillez-vous avec Ogham?

>>> Houlà, un bail! J'ai commencé à collaborer avec Ogham quelques années après que je me suis installé à mon compte, je dirais depuis 15 ans! Avec eux, j'ai fait tellement de projets. C'est aussi un des plaisirs de ce métier que de travailler pour une grande diversité de clients. J'ai écrit pour des collectivités locales très importantes, pour des petites entreprises familiales, pour des PME en plein développement. Je me suis familiarisé avec tant de secteurs d'activité différents : l'immobilier, l'environnement, le tourisme, l'action sociale, le bâtiment, l'artisanat... Et puis, les supports eux-mêmes sont très divers. Cela va de la campagne d'affichage au rapport d'activité en passant par la promotion sur le lieu de vente, les journaux internes d'entreprise... Chaque exercice est différent, chaque mission aussi!

Que diriez-vous à un entrepreneur qui souhaiterait se passer de la contribution d'un rédacteur pour ses supports de communication ? >>> Vouloir écrire soi-même, ce n'est pas forcément

mauvais signe. Cela veut dire que l'on pense avoir des choses à dire! En avoir le temps, c'est encore J'aime bien pouvoir me dire que par mon travail, **j'aide quelqu'un** dans le développement de son activité.

autre chose, car bien écrire prend du temps, souvent plus qu'on ne le croit, surtout lorsqu'on n'y est pas habitué. Je lui dirai donc : « Banco ! Mais si vous voyez que vous n'avancez pas, je suis là ! ». J'ajoute que de plus en plus, Ogham propose à ses clients des prestations de relecture et correction, voire de reformulation si nécessaire. Tous les degrés d'intervention sont possibles, de la rédaction de A à Z à la simple correction de forme. Dans ce dernier cas, les coûts sont minimisés, et pour le client, c'est l'assurance de présenter des documents carrés. Car en matière de rédaction comme ailleurs, le diable est dans les détails !

Vous êtes à votre compte. Quelles sont les particularités de vos collaborations avec Ogham?

>>> Ogham, c'est un partenaire de cœur, une entreprise à taille humaine où tout le monde se connaît bien et travaille en bonne intelligence. L'équipe est accueillante, professionnelle, à l'écoute et d'une grande humilité. Je le précise car ce n'est pas le cas partout! Leurs locaux sont à leur image : équipé des machines et logiciels les plus performants, mais dans un cadre apaisant, aux portes du Lauragais et à deux pas du Canal du Midi. J'aime cet alliage de compétence et de simplicité!

Quels conseils donneriez-vous à nos clients pour bien écrire?

Il y a d'abord des questions de forme.
Si vous allez sur internet, on vous
expliquera qu'il faut privilégier les
phrases courtes, éviter la forme négative,
choisir un vocabulaire simple, voire éviter
les adjectifs. Mais tout dépend de la
cible, du support, du message!
Pour ma part, j'insisterais surtout sur le
fond. Je dirai que pour bien écrire, il faut
savoir ce que l'on veut dire! Cela passe
donc par un travail conceptuel en amont.
Une citation célèbre résume bien cette
méthodologie: « Ce que l'on conçoit bien
s'énonce clairement ».



Jouons ensemble

1. Un seul de ces procédés d'impression n'existe pas ?

A – La sériaraphie

B - L'offset

C - L'héliogravure

D - La flexigraphie

2. Qui suis-je?

Je me colle au mur et prends parfois de la hauteur Je fais mon cinéma

Je suis humoristique, satirique, poétique...

Je peux créer le désir

Je t'informe, t'interpelle, te passe un message Je te suis partout dans la ville et ses abords

3. En quelle année Cassandre a-t-il réalisé son affiche pour le bateau Le Normandie?

A - 1925

B - 1935

C - 1945

D - 1955

NORMANDIE

4. Qui a créé l'Helvetica?

A - Eric Gill

B - Max Miedinger

C - Adrian Johann Frutiger

D - Vincent Connare

5. Qu'est-ce qu'un CMS?

A - Un logiciel de relation client

B – Un logiciel gestionnaire de contenu

C - Un logiciel pour créer une boutique virtuelle

D – Un logiciel pour créer des newsletters

Solutions 1.D 2.L'affiche 3.B 4.B 5.B

Quel a été le livre le plus vendu au monde?

Avec plus de 12 millions d'exemplaires vendus lors de sa première parution, "Harry Potter et les reliques de la mort" de J.K. Rowling est, dans l'absolu, le livre le plus vendu au monde dans sa première édition. L'ouvrage, qui a été publié le 21 juillet 2007 par Bloomsbury Publishing au Royaume-Uni, a immédiatement battu un autre record mondial : il s'agit du livre le plus vendu dans les 24 heures suivant sa sortie, avec plus de 8 millions d'exemplaires aux États-Unis et plus de 2,5 millions au Royaume-Uni.

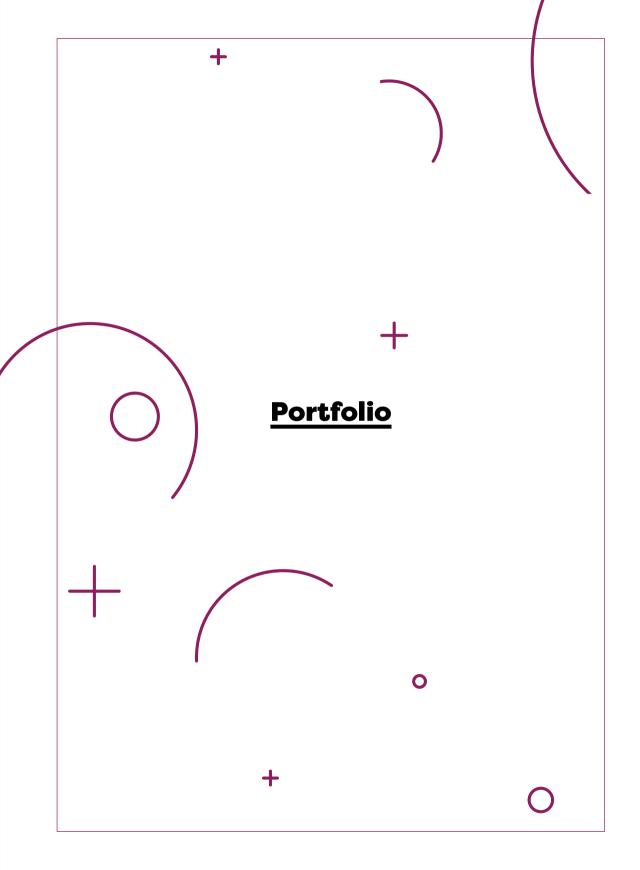
Pourquoi l'Incroyable Hulk est-il vert?

En apparence, cette question n'a rien à voir avec l'histoire de l'impression... et pourtant!

Le super-héros musclé de Marvel est apparu pour la première fois dans "The Incredible Hulk #1" en 1962, une bande dessinée créée par Stan Lee et Jack Kirby. Pour cette première histoire, Lee avait initialement prévu de colorer la peau d'Hulk en un gris particulier afin d'éviter toute association avec une ethnie spécifique.

À la sortie du numéro, on s'est aperçu que l'impression du gris avait mal tourné: certaines parties de peau étaient argentées, d'autres noir de carbone et d'autres... vertes! C'est ainsi que, pour les histoires suivantes, Lee a décidé que l'Incroyable Hulk serait vert, une couleur qui n'avait encore jamais été utilisée par d'autres super-héros!









Conception du visuel du salon des métiers d'art d'Occitanie pour 2021 et 2022 et réalisation des différentes déclinaisons nécessaires à la communication de cet événement: affiches, brochures, insertions presse, images pour les réseaux sociaux...
Le visuel met en avant l'œuvre d'un des artistes présents sur le salon.







Une gamme de couleurs douces a été définie afin de rythmer le magazine au fil des rubriques



Les événements de la commune sont présentés à travers des retrospectives où les images légendées ont la part belle





Tout au long du magazine, la photographie est valorisée. La gestion graphique et typographique du texte cherche avant tout la lisibilité (encadré blanc sur les photos par exemple)



Des illustrations dans les tons du journal animent les pages

Nouvelle mouture pour le journal de la mairie de Pechbonnieu que nous réalisons depuis une dizaine d'années.



La couleur de la couverture pourra évoluer afin de s'adapter au visuel utilisé ou à la thématique mise en avant en Une du magazine.



Communication du Brive festival 2022 avec évolution des personnages.









Crayonnés des différentes postures proposées avant mise au point de la version définitive vectorisée.







Brochure programme







Objets publicitaires

Portfolio





Création d'un visuel pour la communication de la salle des musiques actuelles de Toulouse, le Metronum. Ce visuel est décliné sur les différents supports et évolue au fil des saisons, toujours dans un esprit de fraîcheur et d'incarnation des musiques contemporaines, sobre et efficace.











Développement du site pour le téléphérique urbain toulousain Téléo.

Un soin tout particulier a été apporté à son ergonomie afin que l'utilisateur accède rapidement à l'information recherchée.

www.teleo-tisseo.fr



Plusieurs entrées pour un accès rapide aux informations





Covaldem

Covaldemi

au client avant déclinaison de la piste retenue.







Visuel créé pour communiquer sur une série d'évènements culturels intitulée Les Bisontines. La Ville de Besançon souhaitait mettre à l'honneur les femmes qui ont fait l'histoire.

Déclinaison pour différents formats : affiches, cartes postales, réseaux sociaux, habillage du tramway, totems numériques...



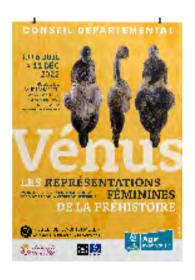










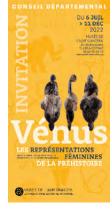




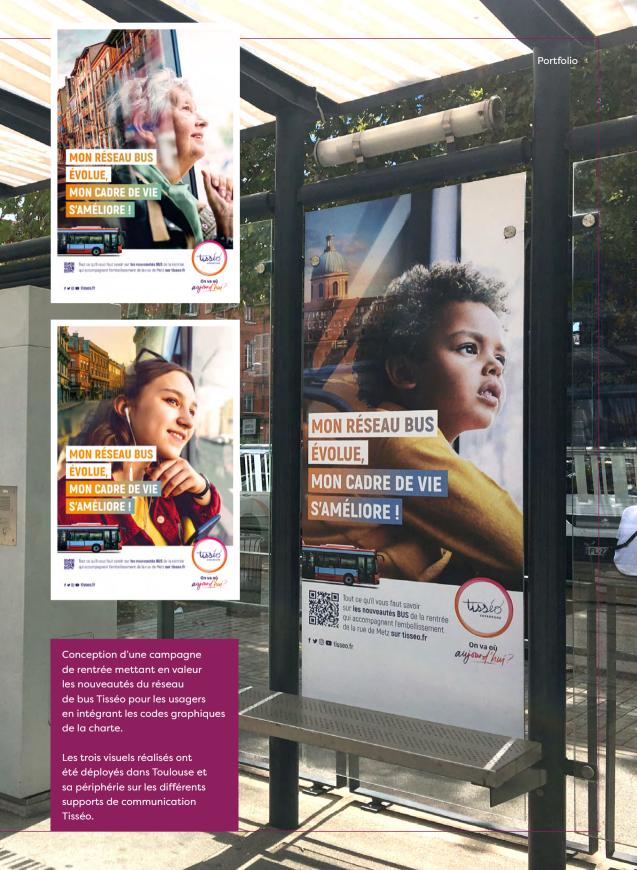


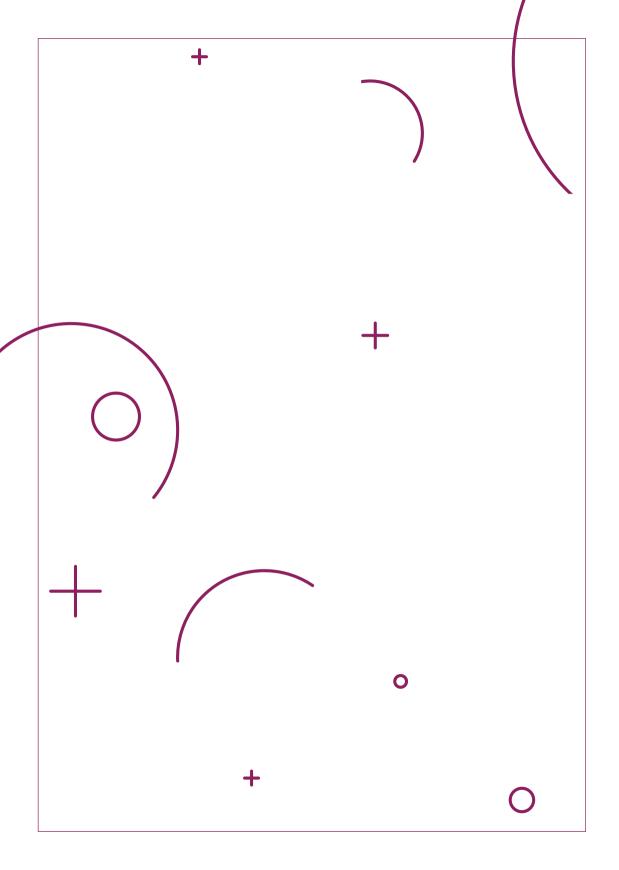
Visuel de promotion d'une exposition pour le conseil départemental de la Haute-Garonne au sujet des représentations préhistoriques de la féminité.

Réalisation des différents supports de communication (affiche, carton d'invitation) ainsi que des panneaux de l'exposition.











À l'intérieur, je respirai cette odeur magique du papier que, inexplicablement, personne n'a encore réussi à mettre en flacon.

Le jeu de l'ange

Carlos Ruiz Zafón

Mode d'emploi

Le PDF annoté

>>> Pour la mise au point des documents, nous échangeons avec vous au moyen de fichiers PDF (Portable Document Format) compressés afin de faciliter l'envoi par courriel. Le fichier PDF a été créé en 1992 par Adobe afin de sécuriser les échanges entre différents matériels et logiciels. Nous utilisons également ce format afin d'imprimer le document finalisé dans une version haute définition.

Avec le lecteur Adobe Acrobat Reader (gratuit) ou la version professionnelle de Acrobat, il est possible d'annoter directement vos commentaires dans le PDF.

En évitant les mentions manuscrites ou les scans de mauvaise qualité, vos commentaires sont très lisibles (ils peuvent être affichés par liste) et peuvent être intégrés directement et rapidement dans le fichier originel sans erreur de retranscription ni oubli.

Identification claire de l'élément visuel ou texte

Aucune retranscription d'indications manuscrites.

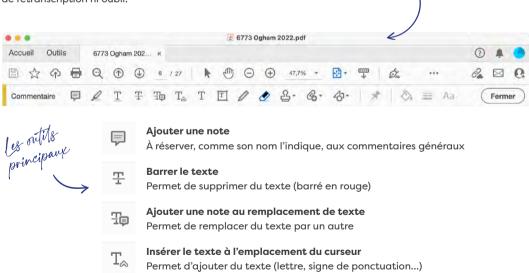
à corriger.

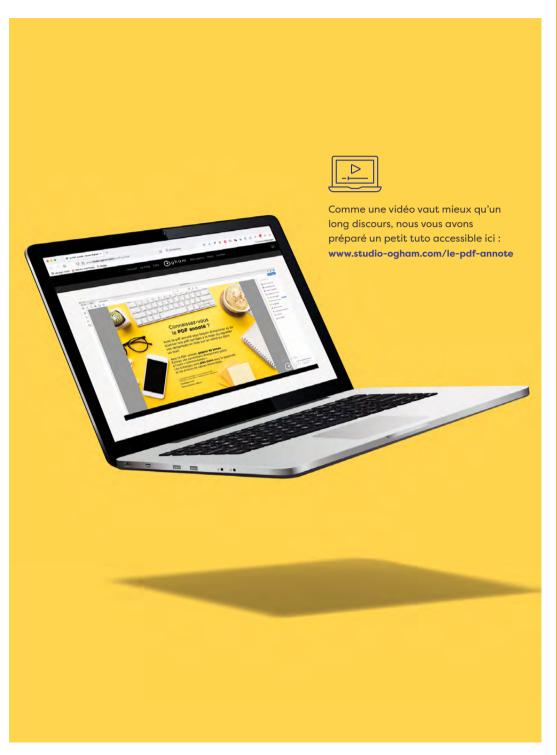
Intégration facile du texte à remplacer, supprimer ou ajouter.

Meilleur contrôle de qualité.

Pour cela vous devez néanmoins utiliser les bons outils pour annoter votre PDF.

Selon votre version d'Acrobat Reader (ou autre logiciel), il vous est possible d'afficher la gamme d'outils pour annoter un PDF à partir du menu ou de la barre d'outils. Ils sont généralement regroupés sous le terme Commentaire.







Prestations à la carte

Un process peut en cacher plein d'autres!

On n'a pas tous les mêmes besoins, les mêmes contraintes, les mêmes attentes, la même psychologie. Alors, pourquoi n'existerait-il qu'une seule façon de travailler?

Chez Ogham, nous proposons à nos clients une multitude de modes de collaboration!

La formule classique

Ce mode opératoire est le plus courant: les infos nous arrivent du client et sont traitées par un de nos chargés de clientèle. Celui-ci ouvre le dossier, échange avec le client sur ses objectifs, briefe l'équipe créative et assure le suivi de réalisation.

Les plans B

Mais nous pouvons sortir de ce schéma classique et adapter notre fonctionnement aux besoins et attentes de nos clients. Nous le faisons souvent d'ailleurs!

 Pour certains de nos comptes comme le CNES, nos graphistes opèrent in situ, chez le client. Ils sont sous contrat et travaillent en exclusivité pour lui. En cas de congés ou empêchement, nous assurons leur remplacement.

- Chez d'autres clients parmi lesquels Airbus, des chefs de projet font l'interface entre le client et nos graphistes.
- Pour d'autres dossiers, nous pouvons établir une comptabilité au temps passé pour une facturation à l'heure, à chaque fin de mois. Le groupe Perret est adepte de cette solution.
- Autre possibilité, notamment mise en œuvre il y a quelque temps chez CLS: nous mettons à votre disposition un équivalent mi-temps sous contrat, que vous sollicitez en totale souplesse, au gré de vos besoins, sur un cycle de trois mois, évidemment renouvelable.

Quoi qu'il en soit, chez Ogham, nous privilégions toujours le rapport direct entre le client et le graphiste pour plus de rapidité et de simplicité. À la clé, zéro déperdition d'information, et une totale réactivité!



Pratique

Le référencement, comment ça marche?

Quelle que soit sa taille, une entreprise qui veut se faire connaître doit soigner sa communication digitale, et notamment travailler au bon référencement de son site internet. Pour ce faire, il existe des astuces et des bonnes pratiques. Mais attention: celles-ci ne cessent d'évoluer au fil des progrès de l'intelligence artificielle utilisée par les moteurs de recherche. On fait le point pour vous!

>>> Il existe trois principaux leviers pour optimiser le référencement d'un site internet et le faire remonter dans les résultats des moteurs de recherche : la technique, le contenu, et les liens.

La technique

Un site clair et rapide est un site qui plaît aux utilisateurs, mais aussi à Google. Il faut donc rendre votre site le plus fluide et le plus accessible possible. Cette tâche revient principalement aux développeurs, car c'est dès la conception technique du site qu'il faut agir.

La performance

- OPTIMISEZ VOS IMAGES

Les éléments les plus importants à optimiser sur votre site sont les images, elles sont souvent la première cause des ralentissements. La meilleure chose à faire est de mettre les images directement à la bonne taille sur le serveur. C'est souvent un travail long et fastidieux. Pour les sites de type WordPress, il existe des plug-ins d'optimisation qui font des petits miracles sans connaissances techniques. Nous vous conseillons d'utiliser le service d'Optimole. Son moteur intelligent récupère les images, les retaille et les distribue depuis son propre serveur. Il existe aussi des sites pour optimiser vos images comme https://compressjpeg.com/fr.

- INSTALLEZ UN CACHE

Votre serveur doit construire (ou compiler) les pages à chaque fois que quelqu'un l'interroge depuis le code source. Ces calculs prennent du temps. Le cache va permettre d'enregistrer une version précompilée de vos pages. Attention: à chaque mise à jour du contenu, il faut donc recréer le cache. Pour les sites WordPress, il existe des plug-ins de cache très efficaces. Nous vous conseillons d'utiliser WP Super Cache.

- OPTIMISEZ LES SCRIPTS

Contrairement à l'homme, un ordinateur n'a pas besoin de clarté dans son code (langage informatique) pour le comprendre. Une bonne pratique d'optimisation est de concaténer son code, c'est-àdire supprimer tous les espaces et sauts de ligne. Consultez sur notre site l'article sur l'écoconception des sites pour en savoir plus (Ogham Mag #1).

L'accessibilité

LE TEXTE ALTERNATIF

Les personnes mal ou non-voyantes peuvent naviguer sur le Net grâce à des liseuses et claviers braille. On notera aussi que ces solutions ont tendance à disparaître grâce à l'amélioration des recherches vocale (lire plus bas). Ces liseuses ne peuvent pas encore décrire une image. C'est pourquoi un texte alternatif d'une image doit décrire son contenu.

- CONTRASTE ET CHEVAUCHEMENTS

Pour être accessible à tous, votre site ne doit pas avoir de contenus qui se chevauchent ou de textes illisibles sur une image. Les algorithmes de Google sont capables de déceler ces défauts et pénalisent les sites concernés. Pour vous guider, nous vous recommandons de toujours mettre en place un compte Google Search Console.

Le contenu

C'est le pilier qui prend de plus en plus d'importance. Avec l'intelligence artificielle et des algorithmes de plus en plus pointus, fini le temps où les développeurs écrivaient en blanc sur fond blanc une liste interminable de mots-clés pour booster un référencement. Place à la qualité, à l'information pertinente, à ce qui intéresse vraiment les internautes, et c'est tant mieux!

Soyez pertinent

La satisfaction des utilisateurs dépendra d'abord des informations que vous leur apportez. Pour faire la différence, il vous faut dire ce que les autres n'ont pas dit. Créer un contenu original est très important. La paraphrase et le copier-coller seront toujours repérés par Google, et la sanction est sévère en termes de référencement. Rédigez des articles de qualité et complets. Google veut des articles qui traitent de sujets dans leur globalité. Une requête est souvent une question. Apportez vos réponses!

Structurez

Mais attention, les utilisateurs lisent très rarement un article de 3 000 mots en entier. La tendance est au survol tout en cherchant le paragraphe qui intéresse. D'où l'intérêt d'un article bien structuré. La rédaction de votre contenu web doit être hiérarchisée par des titres et intertitres. Ceux-ci sont aussi importants que le contenu qu'ils encadrent. Allez directement à l'information, ne faites pas de paragraphes trop longs. Définissez les points à aborder.

Documentez

Même si son impact est limité pour le référencement, l'ajout d'images, de vidéos et citations pour illustrer un article est conseillé. Cela permet d'éviter au lecteur de faire face à un mur de mots pas très alléchant.

LES DONNÉES SUR LE RÉFÉRENCEMENT SONT EN PERPÉTUELLE ÉVOLUTION. CET ARTICLE A ÉTÉ RÉDIGÉ AU PRINTEMPS 2022.

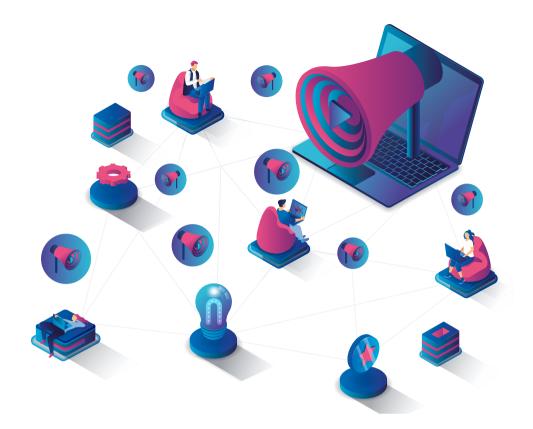
Écoutez

La navigation sur smartphone a amené les moteurs de recherche à développer leurs algorithmes autour de la recherche vocale. Alexa, Siri, l'Assistant Google et autres assistants vocaux sont capables d'analyser et comprendre les questions que vous leur posez. Bientôt, ils devraient être en situation de répondre à n'importe quelle sollicitation et trouver la réponse la plus pertinente en analysant l'intention de l'utilisateur derrière chaque requête, en comprenant les émotions, et bien sûr le contexte. Cette révolution à venir donnera toujours plus d'importance à la qualité et la pertinence de votre contenu.

Publiez

Les réseaux sociaux participent aussi à la visibilité et au référencement de votre site. Vous communiquez avec vos utilisateurs? Google le voit et le prend en considération. Vous créez du contenu et pour ça il vous en sera reconnaissant. Soyez régulier dans vos publications et faites un maximum de liens avec votre site. Si vous voulez être présent, créez un blog d'actualité sur votre site ou un petit magazine.





Les liens

Il existe deux grandes catégories de liens sur un site web. D'une part les liens internes, qui servent au maillage de votre site. D'autre part les liens externes, entre différents sites, et c'est surtout ceux qui pointent vers vous depuis l'extérieur (les backlink) qui amélioreront votre référencement.

Optimisez le maillage interne

Le maillage interne correspond à toutes les connexions possibles entre les pages de votre site web. Google sait calculer l'expérience utilisateur et retracer sa navigation. Il faut que celui-ci puisse accéder directement et facilement à l'information qui l'intéresse. Nous vous recommandons de mettre en place une navigation à double entrée avec par exemple un menu générique et des pages portail en fonction de l'utilisateur. Quand vous évoquez un sujet déjà traité sur votre site, ne vous répétez pas, mettez plutôt un lien!

Faites jouer votre réseau

Si un site de confiance parle de vous, alors Google considérera que votre site est également de confiance. Indépendamment des modalités de référencement, Il y a une notion de classement dans Google. Plus vous aurez de sites avec un classement haut qui écrivent des choses sur vous et renvoient vers votre site, plus vous monterez vous-même. Votre réseau, c'est votre caisse de résonance!

Pensez local

Le référencement local consiste à faire une recherche en associant un mot-clé (ou plusieurs) au nom d'une localité, voire d'une rue. Ce type de recherche est très populaire et il est très simple d'améliorer son positionnement en remplissant une bonne fiche *Google My Business*. Horaires d'ouverture, mesures sanitaires, petits articles sur les produits et événements peuvent y figurer. Ne la négligez surtout pas!

Service

La publicité par l'objet

Les objets publicitaires sont un outil marketing simple et efficace mais trop souvent mal utilisé par les entreprises... Pourtant, ils peuvent devenir un véritable levier de communication et parfois même faire la différence avec vos concurrents! nous vous aidons à y voir plus clair.

>>> Il vous faut avoir bien déterminé le but que vous souhaitez atteindre. C'est uniquement en définissant vos ambitions que nous pourrons, ensemble, définir l'objet publicitaire à utiliser, et les informations qu'il doit véhiculer...

- Est-ce de fidéliser?
- Est-ce de gagner en visibilité?
- Est-ce d'attirer du trafic ciblé sur un salon?

Marquer les esprits et remercier les collaborateurs, les bons clients.

Lors d'un séminaire, en fin d'année, offrir un cadeau à son interlocuteur vous permet de nouer des relations plus personnelles avec lui. Dans ce cas, la qualité doit prévaloir sur la quantité... Par exemple, il ne faut pas offrir un Tee-shirt avec votre logo en immense, mais plutôt un polo de marque, avec en petit sur la poitrine votre logo.



Le petit conseil d'Aurélie

Les cadeaux les plus qualitatifs ne doivent pas faire apparaître la marque de manière trop visible. Restez sobre et discret. Si vous envoyez votre cadeau, accompagnez-le toujours d'un petit mot manuscrit afin de renforcer son aspect personnalisé.



Le petit conseil d'Aurélie

Pour savoir quel objet publicitaire est le mieux adapté à vos clients, rendez visite à trois ou quatre d'entre eux et observez quels sont les objets de leur quotidien.

Rester présent dans l'environnement de travail de vos clients ou se positionner chez vos prospects

Vous pouvez utiliser des goodies pour promouvoir un nouveau produit, service, mettre en avant votre nouveau site Web... Le but est que vos clients aient dans leur champ de vision l'information que vous souhaitez faire passer.

Pour les articles de bureau, au-delà des stylos en tout genre (le 4 couleurs de Bic fait son grand retour avec une gamme très punchy), les mugs, gourdes, chargeurs de téléphones sont sur le podium. À l'automne, n'oubliez pas les agendas et calendriers qui malgré les versions digitales se retrouvent un peu partout sur les murs des usines ou sur les bureaux. À chaque métier son objet (pour les ouvriers du bâtiment cela peut être un tee-shirt, une casquette, ou dans la grande distribution les cutters qui sont utilisés pour ouvrir les cartons).





Si vous participez à un salon ou à un évènement

Il est essentiel de donner de la visibilité à votre marque, vos services, vos produits. Les objets publicitaires remis aux visiteurs peuvent agir en ce sens, vous faire gagner en visibilité et drainer du trafic. Dans les classiques nous trouverons: les sacs, stickers, mais aussi stylos, porte-clés, clés USB... Ils accompagneront votre documentation (plaquette, flyers, fiches...).

Les objets publicitaires ou goodies ne doivent pas être choisis de manière anodine, ils représentent votre marque et doivent faire passer un message déterminé. Vous devez donc bien réfléchir à vos objectifs et uniquement ensuite choisir les objets publicitaires les plus pertinents. Notre équipe est là pour vous accompagner dans vos choix.

Nous avons fait de cet accompagnement notre force et saurons faire preuve de créativité pour trouver les objets (insolites ou classiques) les plus adaptés à votre stratégie de communication. Nous avons également pris l'engagement de travailler exclusivement avec des fabricants européens, voire des artisans régionaux, pour des objets d'exception et dans la mesure du possible éco-responsables.



Le petit conseil d'Aurélie

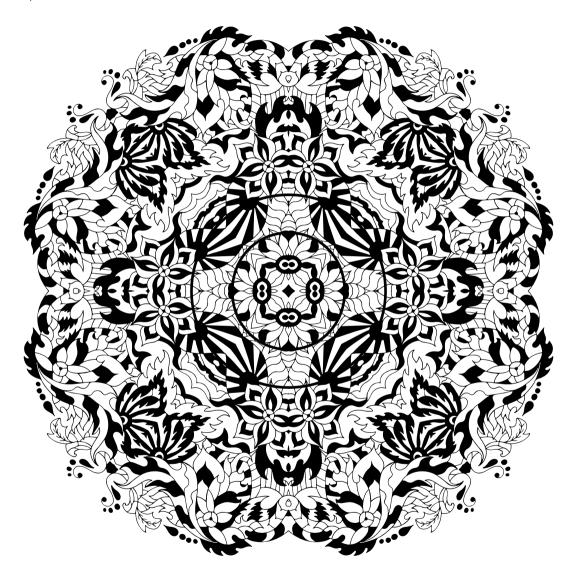
L'objet publicitaire doit être en rapport avec le thème de votre stand. Par exemple, si vous faites une animation "dégustation de vin", vous pouvez offrir un tire-bouchon.
Faire produire des bonbons avec votre logo ou votre marque (M&M, chocolats...) à distribuer gratuitement sur votre stand peut permettre d'entamer la conversation avec les visiteurs.

VOUS POUVEZ CONSULTER NOS CATALOGUES SUR WWW.IMPRIMERIEDELORT.COM/CATALOGUES

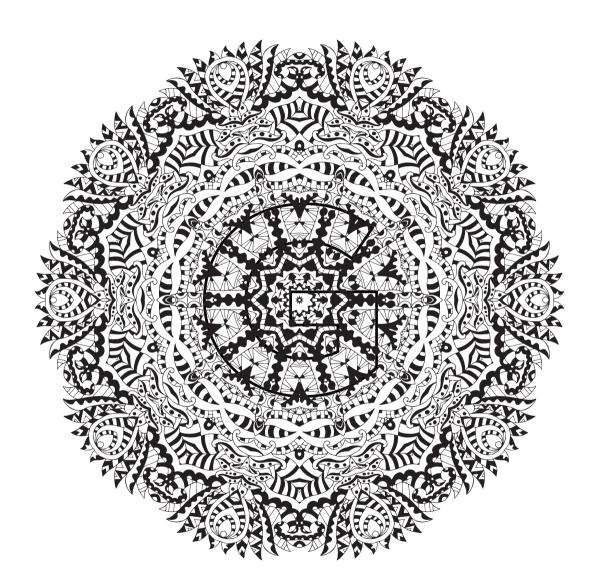
ET NOUS CONTACTER 05 62 71 35 15

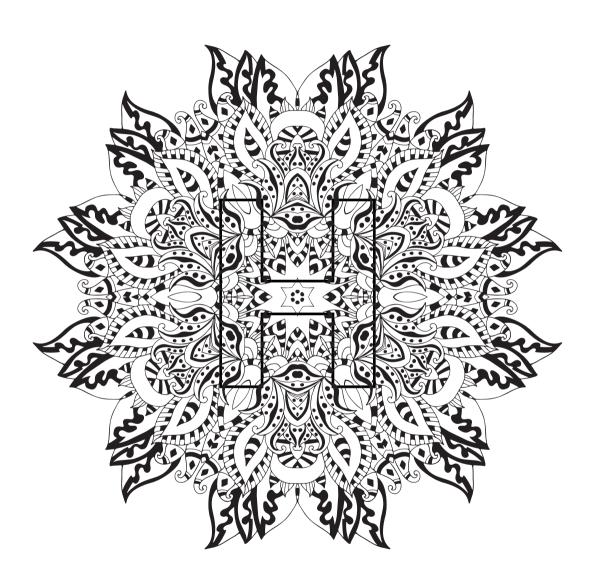
PETITE PAUSE

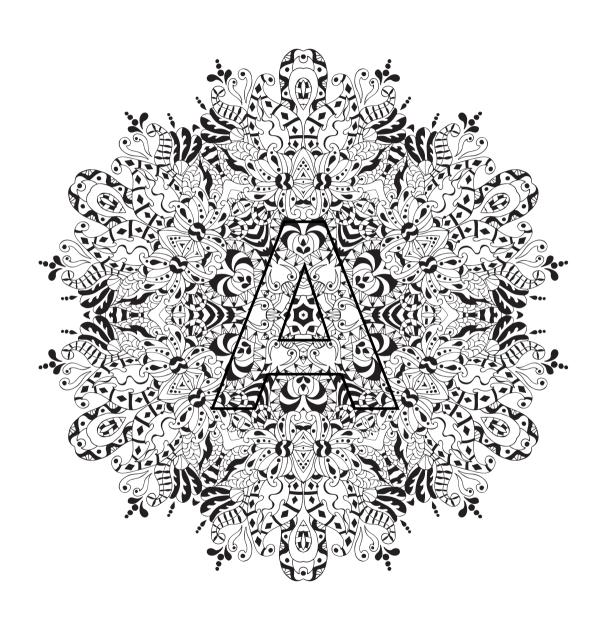
Dans un monde où la vitesse est toujours plus étourdissante et les écrans omniprésents, il est bon de savoir faire un pas de côté et de reprendre son souffle.

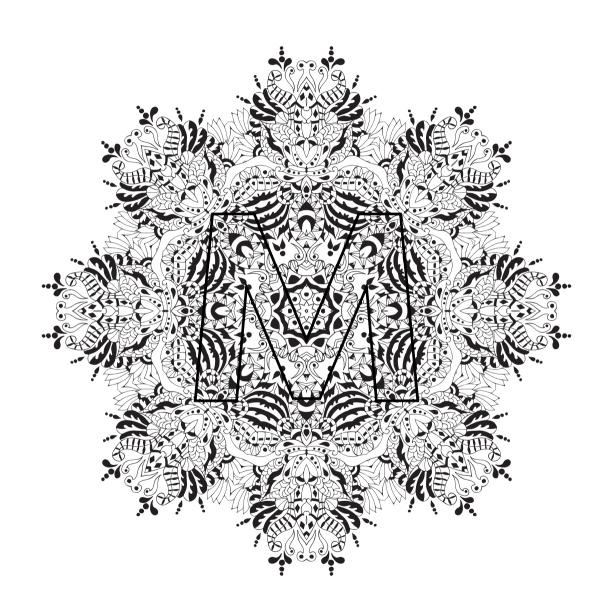


Prenez vos feutres et vos crayons, à défaut votre stylo Bic 4 couleurs, écoutez vos envies et donnez à ces mandalas les couleurs que vous voulez! N'hésitez pas à nous envoyer la photo de votre réalisation.





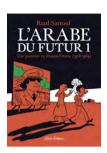




bande-dessinée



Jean-Michel, graphiste illustrateur au sein de notre studio, a entre autres passions la bande dessinée. Un univers qu'il affectionne depuis l'enfance et qui lui a donné le goût de l'illustration, activité qu'il exerce à l'occasion en créant des personnages et des univers proches de la BD. Pour le mag, il nous fait part de 5 albums qu'il a lus dernièrement et qui méritent le détour...



L'arabe du Futur — Riad Sattouf

66

Pendant le confinement, un bon ami m'a prêté les tomes de ce récit autobiographique. Ce fut une excellente lecture, avec ou sans masque! Mais rien d'étonnant puisque cet ouvrage a reçu de très nombreux prix, amplement mérités.

Riad Sattouf nous parle de son enfance dans les années 80: né d'un père syrien et d'une mère bretonne, il est ballotté entre deux cultures, française et arabe. Riad grandit en Libye, il a de beaux cheveux blonds, une différence pas facile à vivre... Comme son père a été nommé professeur à Tripoli, toute la famille l'accompagne et doit se confronter à la dureté de la vie traditionnelle. Issu d'un milieu pauvre, ce père veut réussir, mais rêve d'élever ses enfants dans la tradition et le culte des grands dictateurs arabes.

Un formidable récit intime qui nous plonge dans la jeunesse de l'auteur, partagée entre deux mondes. À lire absolument, évidemment.

"



Les vieux fourneaux

— Wilfrid Lupano et Paul Cauuet

Belle découverte pour moi il y a quelques mois, Les Vieux Fourneaux ont pourtant commencé à paraître en 2014 et comptent à ce jour six tomes. Chacun retrace le parcours de trois vieux amis d'enfance, Pierrot. Mimile et Antoine aui ont dépassé les 70 ans. Un sacré caractère, les trois "vieux fous" ont vécu leur vie en rébellion contre toute autorité. Et ce n'est pas fini, au contraire... À chaque tome ou presque, le récit est axé sur un des personnages, sa jeunesse mouvementée, ses secrets, son combat politique, toujours mené à plus de 70 ans avec harqne et décrit avec beaucoup d'humour. Pour autant, les auteurs n'oublient pas d'évoquer plus sérieusement les dérives d'un monde moderne et capitaliste, une évolution faisant fi de toute humanité.

Une série originale très bien écrite, très bien dessinée, bien plus subtile qu'il n'y paraît... Adaptée au cinéma, et à lire avec des lunettes à double foyer.

"



Blacksad - Díaz Canales et Guarnido

66

Chef-d'œuvre de la bande dessinée, tant par le dessin exceptionnel que par la narration qui vous plonge dans une atmosphère de film noir. aux États-Unis et dans les années 50. Tous les personnages ont des corps humains et des têtes d'animaux, et chacun a plus ou moins un statut dans la société en fonction de son espèce. Le héros, John Blacksad, est un chat noir exerçant le métier de détective privé. Meurtres, corruption, violences, l'atmosphère sombre du polar est parfaitement retranscrite, servie par un dessin impressionnant et une mise en couleurs à l'aquarelle magnifique. il aura fallu un énorme travail de sept ans pour que paraisse en 2000 le premier tome "Quelque part entre les ombres". Le cinquième tome de la série, Amarillo, paraît fin 2013 et le dernier est paru l'année dernière. Les auteurs ont reçu plus de trente prix pour cette série, qu'il faut obligatoirement avoir lue, voire possé-

der dans sa bibliothèque ou sur sa table de chevet.

"



Goldorak

- Dorison, Bajram, Cossu, Sentenac, Guillo.

66

43 ans après la première diffusion de Goldorak à la télévision, cinq enfants sont devenus des auteurs de bande dessinée reconnus, passionnés, bosseurs et un peu fous, et ils ont obtenu de l'auteur original, M. GŌ NAGAI, la permission d'adapter ce personnage mythique. Pourquoi cing artistes scénaristes, dessinateurs, coloristes - travaillent de concert sur un album de BD? Pour créer sans doute un album cinq fois plus beau, cinq fois plus exigeant, cinq fois plus respectueux de l'œuvre originale... Dès lors, je vous invite à commencer par la fin de l'album, à l'épilogue, "Dans l'atelier de GOLDORAK", où il est évoqué le travail de titan des dessinateurs, leurs pages d'essais, le story-board, le dessin, l'encrage, la couleur, qu'ils ont revu une fois, deux fois, trois fois... Bref. des "fans absolus", et des planches sublimes, dont on ne peut critiquer au'une seule chose: le format. Car cet album aurait mérité une impression en 4x3! À découvrir, et à posséder forcément.

"



Caraïbes

- Pellejero et Zentner

66

Je triche un peu, ce n'est pas une BD que « j'ai lue dernièrement » comme il est écrit dans l'introduction, cela fait plus de 20 ans que j'ai découvert le personnage de Dieter Lumpen. Et même si la création de cette série date, ie veux la partager, c'est tellement bien!

C'est donc en 1985 que Rubén Pellejero et Jorge Zentner dessinent le premier album de la série "Dieter Lumpen", qui marque le retour de la grande aventure dans l'ambiance des années 40. Sur l'album "Caraïbes", il y a plusieurs histoires écrites avec beaucoup de finesse, servies par un dessin d'une élégance folle, un très bel encrage "hispanisant", une mise en couleurs sublime. Et c'est un réel plaisir de suivre les aventures de ce héros très humain... Foncez!

Depuis, et après plusieurs albums, Jorge Zentner a repris le personnage de Corto Maltese par Hugo Pratt. C'est dire combien le monsieur est talentueux... Si vous aimez la BD, c'est un incontournable. Si vous voulez l'aimer, c'est un incontournable. Voilà!

"



Myriam Monteil — Directrice du studio mmonteil@ogham-delort.com — 05 62 71 35 22

Anne Calvo Latger — Responsable adjointe, chef de projets acalvo@ogham-delort.com — 05 62 71 35 09

Delphine Foyard — Directrice artistique dfoyard@ogham-delort.com — 05 62 71 35 20

Jean-Michel Jumeau — Graphiste jmjumeau@ogham-delort.com — 05 62 71 35 18

Ghislaine Lafitte – Graphiste glafitte@ogham-delort.com

Gabriela Le Dret — Graphiste gledret@ogham-delort.com — 05 62 71 35 26

Gabriel Boscher — Responsable pôle web et motion design gboscher@ogham-delort.com — 05 62 71 35 09

Thomas Steckler — Développeur web tsteckler@ogham-delort.com — 05 62 71 35 21

Étienne Bachelard — Développeur web (en alternance) ebachelard@ogham-delort.com — 05 62 71 35 21

Laure Marcello — Chef de projets Imarcello@ogham-delort.com — 06 45 15 49 65

Marie-Caroline Fauverte — Chef de projets mcfauverte.ogham@gmail.com — 06 32 80 71 62

Denis Derouin — Chargé de clientèle dderouin@ogham-delort.com — 06 73 94 98 92

Soraya Imelhaine — Chargée de clientèle simelhaine@ogham-delort.com — 07 48 12 93 78

Sandrine Bourdoiseau, Karine Prisleskov et Frédéric Stelmarski notre équipe de graphistes *in situ* au CNES

> Laurent De Rosa — Co-Directeur du groupe Iderosa@ogham-delort.com — 05 62 71 35 00

Christophe Escande — Co-Directeur du groupe cescande@ogham-delort.com — 05 62 71 35 00

