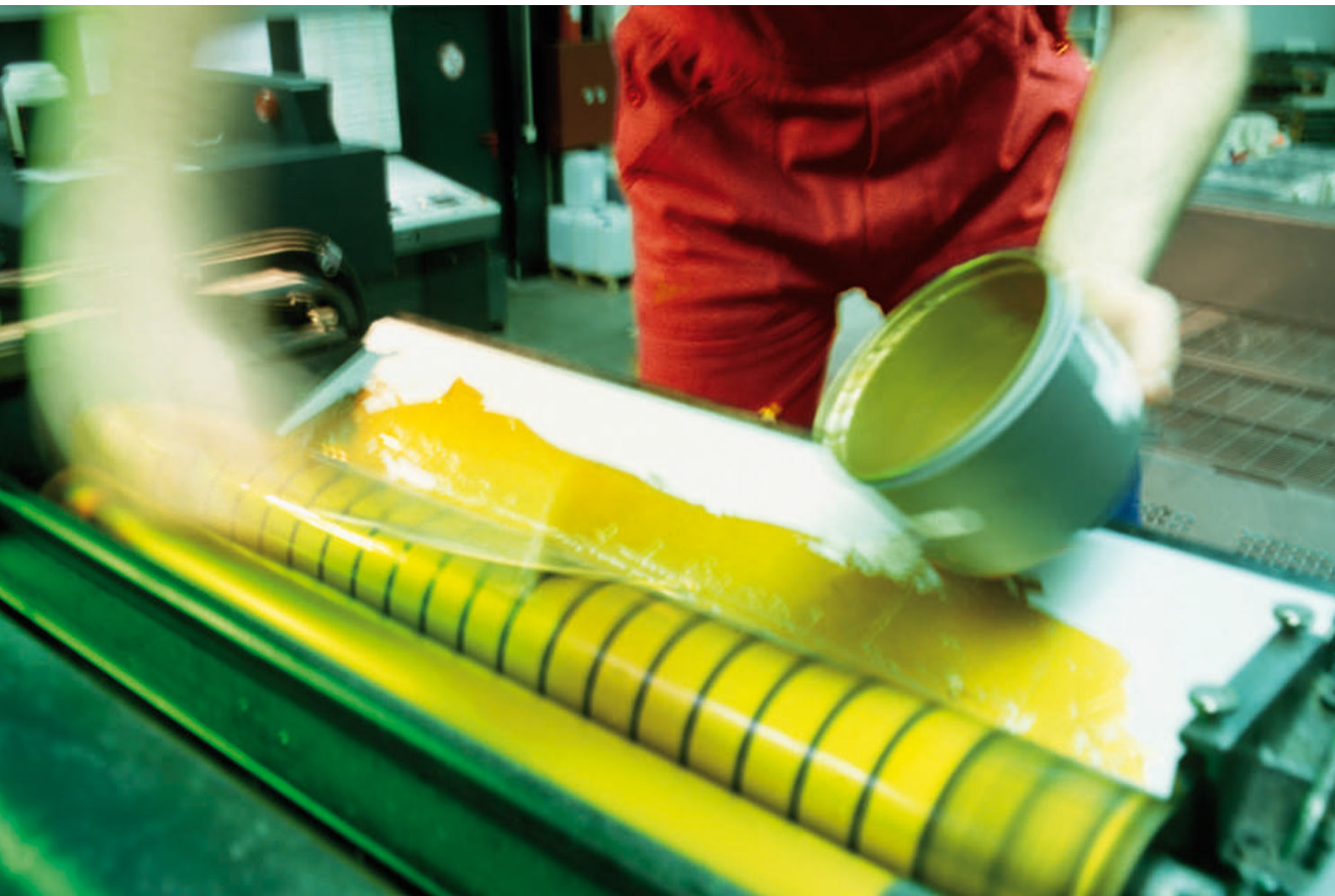


Astuce de MD

mettez la dernière main à votre moyen publicitaire



L’apprêt et la transformation suivent la phase d’impression. Ce sont les touches finales apportées à votre mailing. Elles visent à éveiller l’attention de vos destinataires. A ce stade, la planification et la réalisation minutieuses sont particulièrement importantes, car toute erreur serait catastrophique.

Les apprêts protègent et embellissent

Les vernis protègent vos imprimés des marques de doigts et les empêchent de déteindre. Mais ce sont aussi des éléments de style: un vernis mat permet de fondre des motifs dans la trame, alors qu’un vernis brillant les met en valeur. Les gaufrages en creux ou en relief donnent du caractère et retiennent le regard. Les laminages protègent de l’humidité et renforcent la stabilité de l’imprimé. Brillance, matité ou structure créent en outre des effets optiques. Attention: l’intensité lumineuse peut varier en fonction du papier et du type d’apprêt choisis.

La transformation – un must

Mise à part la procédure «d’inline-finishing» lors de la production sur imprimantes rotatives, les épreuves plano font toujours partie de la phase de transformation. On distingue la finition manuelle de celle industrielle. Les imprimés reçoivent maintenant la touche finale. La transformation englobe les étapes telles que: découpe, pliage, brochage, assemblage, rainure, perforation, découpe, doublage (p. ex. cartes-clients), encartage, collage, numérotation (p. ex. billets de loterie), rétractatage, emballage, etc.

Conseils pour l’apprêt et la transformation

- Lors de la création de votre moyen publicitaire, réfléchissez déjà à vos options après l’impression. Par exemple, les mailings avec **effet Pop-up** se distinguent du courrier habituel. Les jeux à gratter, les parfums ou encore des échantillons suscitent un haut degré d’attention.
- Examinez la possibilité de réaliser votre mailing en une seule phase de production (inline-finishing). Il existe des imprimeries spécialisées dans ce domaine. A ce propos, le **DirectSelfmailer** peut être une alternative intéressante au mailing traditionnel. Lui aussi peut être produit en une seule phase. Il offre une grande liberté de création, pour des coûts de production et de port étonnamment modestes.
- L’impression offset convient particulièrement bien au **procédé d’apprêt inline**. Adressez-vous en temps voulu à votre imprimeur pour connaître les possibilités disponibles et les coûts.
- Veillez à choisir le bon **support en papier**. Tous les papiers ne conviennent pas à tous les procédés de finition. En cas de doute, demandez une épreuve test à votre partenaire d’impression.
- Lors du choix du papier et du grammage, veillez à ce que les **pliages** prévus puissent être exécutés avec la qualité souhaitée.

Pour plus d’informations: www.poste.ch/directpoint.

La Poste Suisse
PostMail
Marketing direct
Viktoriastrasse 21
3030 Berne

Téléphone 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.poste.ch/directpoint