

RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

Secteur de l'impression

La situation économique est instigatrice de nombreuses démarches de développement expérimental au sein de nos différentes entités du secteur de l'impression. Nos ressources techniques travaillent avec les technologies de prépresse, les plaques d'impression, les papiers, les encres et solutions de fontaine, les blanchets ainsi que les différentes composantes mécaniques et électriques de nos presses et équipements périphériques pour augmenter nos taux de rendement globaux et réduire nos frais d'exploitation. En parallèle, des projets majeurs de développement expérimental prennent forme au cours de l'exercice. Nous développons de nouveaux procédés hybrides d'impression qui combineront désormais des technologies traditionnellement distinctes. Nous mettons également de l'avant de nouvelles capacités qui augmenteront significativement la qualité de nos journaux et hebdomadaires en faisant appel à des encres fixées par polymérisation sous l'action de rayons ultraviolets.

Secteur des communications marketing

Le secteur des communications marketing est en pleine effervescence. D'une part, nous poursuivons nos efforts en vue de développer les technologies requises pour offrir à nos clients des outils de type « d'Internet à l'imprimé » (« Web to print ») ainsi que des capacités novatrices d'impression de contenu variable. D'autre part, nous développons des outils de diffusion de masse de courriels personnalisés pour joindre les clients cibles par l'entremise du Web. Finalement, nous déployons des technologies avant-gardistes qui permettront à nos clients de multiplier les canaux de diffusion de leurs contenus à partir d'un seul élément publicitaire de base. Concrètement, cela permettra, par exemple, de réutiliser du contenu pour des circulaires et de l'afficher tel quel sur un site Internet, avec le minimum d'interventions humaines. Les réseaux sociaux sont de nouveaux canaux de diffusion faisant partie intégrante de nos travaux de développement.

Secteur des médias

Dans le secteur des médias, nous travaillons à développer les stratégies et les technologies d'entreprise requises pour tirer profit des concepts émergents d'Internet, tel le Web 2.0. Ces nouvelles technologies nous permettront d'inclure l'Internet, de même que de nouveaux canaux de distribution, tel le marketing direct, dans une stratégie globale d'attraction du lectorat et de positionnement publicitaire pour nos clients. Puis, nous développons maintenant des technologies qui allieront géolocalisation et fédération de contenus publicitaires d'une manière innovatrice et conviviale, qui va au-delà de la pratique usuelle en cette matière.