

Le lenticulaire à la loupe



De la carte postale au tapis de souris, en passant par l'affichage, tous les produits imprimés sont visés. Certains titres de la presse magazine en feraient même leur Une... Les annonceurs qui officient dans les secteurs de la grande distribution, de l'agroalimentaire, de la pharmacie ou du cinéma font de plus en plus appel au procédé d'imagerie lenticulaire. Selon Narboni, dix fois plus de personnes s'arrêtent devant une affiche à impression lenticulaire plutôt que devant une affiche plus conventionnelle. Deux principaux effets sont disponibles : la 3D pour donner de la profondeur à l'image, ainsi que le flip ou le morphing qui transforme l'image selon l'angle de vision. Son traitement demande une telle attention qu'il est souvent recommandé d'en laisser la tâche à l'imprimeur afin qu'il puisse intervenir lors du procédé d'impression en cas de problème. Des logiciels comme le Producer 3D de la société Human Eyes, distribué en France par Graphtec, possèdent des options de soft proofing intégrant ces effets. Ils permettent également de gérer la production d'un projet lenticulaire de sa conception à sa réalisation en offset et en un seul passage. La qualité du support, qui contient les millions de lentilles, est très variable mais cruciale. Seules des sociétés nord américaines et deux sociétés françaises en assurent la distribution dans l'Hexagone. Au niveau le façonnage, Frédéric Verdeaux et Julie Lelievre de Narboni affirment utiliser les outils traditionnels de l'édition : rainage, pelliculage, etc. car il est possible de placer du papier au dos du support en fonction de son utilisation finale.