

# challenges

...on paper and beyond

Version  
HP INDIGO

## Arctic Paper lance le Munken ID — certifié pour HP Indigo

La tendance aux tirages plus courts et à plus de flexibilité, sans compromis sur la qualité d'impression, a incité le groupe Arctic Paper à développer des papiers adaptés à la technologie HP Indigo. Aujourd'hui le groupe lance une nouvelle version des papiers Munken Design : la gamme Munken ID certifiée pour l'impression HP Indigo.

Les quatre teintes de la gamme Munken Design : Pure (Ivoire claire), Lynx (Blanc naturel), Polar (Blanc vif) et Kristall (Extra blanc) sont maintenant disponibles dans la nouvelle version ID, certifiée pour les machines HP Indigo.

Le Munken ID, que l'on trouve en France en stock chez Torraspapel Malmnayde, complète la gamme des papiers Munken Design et permet aux agences et aux annonceurs de produire des imprimés Design et haut de gamme, de manière rapide et flexible, même pour des tirages restreints.

Les techniciens de l'usine d'Arctic Paper Munkedals ont depuis quelque temps, développé le meilleur traitement de surface pour les papiers Munken, rendant



ces papiers aptes et plus durables dans le temps pour les presses Indigo. La certification concerne ainsi aussi bien le résultat d'impression que l'efficacité et la machinabilité.

Dans l'outil marketing "Digital Box", clients et prescripteurs trouveront des échantillons imprimés de la nouvelle version Munken ID (non-couché Design) ainsi que l'Arctic Volume White (couché ultra mat et bouffant, également certifié HP Indigo). Le même document est

imprimé sur tous les papiers sur une presse HP Indigo, en impression offset standard et H-UV, pour comparaison entre les teintes, les structures et également entre les différentes méthodes d'impression.

Pour obtenir un exemplaire du « Digital Box », vous pouvez en faire la demande sur : [info-fr@arcticpaper.com](mailto:info-fr@arcticpaper.com).





L'ÉQUIPE D'ARCTIC PAPER

« We care for our people and the environment »

Dans son plan stratégique pour les 5 ans à venir, la Direction d'Arctic Paper affirme l'attachement du groupe à des politiques sociales et environnementales fortes et durables en ces termes « nous prenons soin de nos employés et de l'environnement ».

Du point de vue environnemental, l'objectif d'Arctic Paper est de minimiser l'impact des processus industriels. Ce qui implique une évaluation permanente des choix énergétiques, technologiques et des investissements en considérant le cycle complet de production, y compris les approvisionnements et les spécificités géographiques de chaque site.

A ce titre, le groupe a confirmé, l'investissement dans une centrale hydroélectrique à l'usine d'AP Munkedals afin d'accroître son autonomie énergétique.

Ces déclarations nous semblent importantes dans le contexte actuel où tant d'informations et d'affirmations tendancieuses sont diffusées chaque jour.

Il est toujours utile de rappeler :

- Que le papier est fabriqué à partir d'une matière naturelle et renouvelable.
- Que le papier est recyclable jusqu'à 7 fois.
- Qu'en Europe les papiers et cartons sont issus de forêts gérées durablement.
- Que le bilan écologique du cycle de vie du papier n'a pas à rougir par rapport à ceux des outils numériques (smartphones, tablettes... etc) ou des documents dématérialisés comme le montre de plus en plus d'études (par ex. Adème).

Attention toutefois à ne pas brouiller les messages auprès du grand public et des décideurs en opposant papiers recyclés et papiers vierges : ils sont complémentaires. Le recyclé a besoin de l'apport de fibres vierges. Chaque sorte trouvant sa place en fonction d'un besoin, spécifique et selon de multiples critères.

Très bonne rentrée et lecture de Challenges 2018 !

L'Équipe d'Arctic Paper.

## Creative Experience — les nouvelles possibilités du numérique de Konica Minolta

Pendant deux jours, du 25 au 26 juin 2018, Konica Minolta France (78), a fait découvrir son nouveau showroom Professional Printing de 1000 m<sup>2</sup>, au cours du salon « Créative Expérience ». Au programme de cet événement : des tables rondes, des témoignages, des expériences sensorielles, des démonstrations des équipements Konica Minolta & MGI avec des applications de vernis 3D et dorure à chaud numérique, des impressions métallisées, des hologrammes, du packaging ennobli...



Arctic Paper en était le partenaire papier et présentait le nouveau couché Matt, G Print 300 g/m<sup>2</sup> avec un modèle de couverture, spécialement créé et présenté par la graphiste Perrine Rousselet ([www.perrinerousselet.com](http://www.perrinerousselet.com)), pour

cette occasion sur la JETWARNISH 3DS & iFOIL-S, système de vernis sélectif UV 3D et dorure à chaud 100 % numérique en un seul passage.

Des résultats d'impression sur le Munkon Kristall 300 g/m<sup>2</sup> ont également été présentés. Ce tirage a été fait sur la presse Konica Minolta Meteor Unlimited Colors Se+, système d'impression et de dorure à chaud numérique en ligne.

Le partenariat avec la société Konica Minolta a été conçu avec la collaboration de Claude Thomann.

Sur la photo, de gauche à droite : Daniel Wormeringer, Claude Thomann et Jérôme Mielle.

## Arctic Paper — fait le tour de France avec UNIIC

Partenaire de l'UNIIC TOUR en 2018, Arctic Paper France a été présent à Lyon et Tour au premier semestre de cette année. Ces événements organisés par l'UNIIC, sous forme de conférences à thèmes (exemple : l'imprimé à l'heure de la transformation numérique), ont rencontré un vif succès.

A chaque fois la salle était comble de professionnels des industries graphiques. C'était l'occasion de montrer nos nouvelles collections, de donner le Art Workshop, le guide du papier non-couché et aussi de participer à l'une des tables rondes pour donner notre avis de papetier. Nous serons



aussi partenaire du Congrès de l'Uniic qui se tiendra le 20 septembre - en avant-première d'un lieu d'exception, le plus grand musée d'Europe qui ouvrira ses portes quelques jours après notre passage. Voulu par l'imprimeur Jean-Paul Maury, l'Atelier Musée de l'Imprimerie possède près de 1000 pièces sur un espace de 5000 m<sup>2</sup>.

Un endroit à aller visiter absolument dans le Loiret, à Malesherbes, à environ 1h30 de Paris. Concernant le prochain Uniic Tour, il se tiendra le jeudi 08 novembre à Lille. Pour plus d'informations, vous pouvez joindre l'Uniic : [www.uniic.org](http://www.uniic.org)

## Le Fauve d'Or — fait appel au Lynx...

Le Fauve d'Or – le prix du meilleur album BD a été attribué cette année à "La saga de Grimr" de Jérémie Moreau. Cet album fait partie de la collection Mirages des Editions Delcourt qui ont sélectionné le papier Munkon Lynx 130 g/m<sup>2</sup> pour mettre en valeur l'ambiance du récit sur fond de paysages islandais.

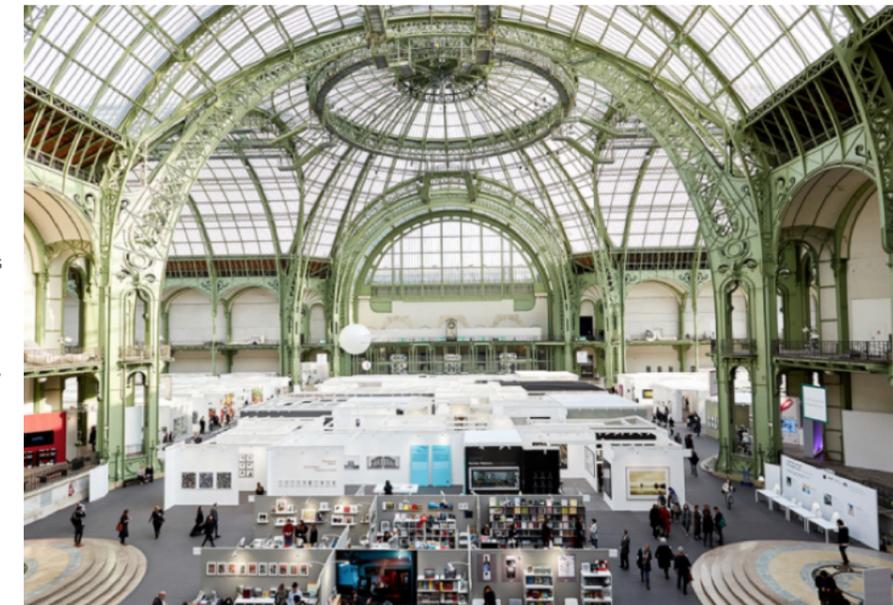
La Saga de Grimr est une quête d'identité tragique dans un décor grandiose. Le héros y est confronté à chacun des piliers de la culture islandaise: le prestige de la généalogie, le culte de la loi et la superstition.

Son auteur, Jérémie Moreau, est né en 1987 et vit en région parisienne. Dès l'âge de 8 ans il participe chaque année au concours de la BD scoalire d'Angoulême et obtient le Prix à 16 ans, en 2005. Il poursuit des études aux Gobelins, dans la conception de films d'animation. On admire son talent, trait d'union entre l'ingéniosité du dessinateur américain Winsor McCay et la virtuosité d'un autre jeune dessinateur français : Bastien Vivès (Polina).



OUVRAGE : BANDE DESSINE, "LA SAGA DE GRIMR"  
EAN : 978-2-7560-8064-2, 232 198 X 263, 232 PAGES  
DESSINATEUR : JEREMIE MOREAU  
EDITEUR : LES EDITIONS DELCOURT,  
COLLECTION MIRAGES  
CONCEPTION GRAPHIQUE / TRAIT POUR TRAIT  
IMPRESSION : PPO A PALAISEAU, FRANCE  
PAPIER : MUNKON LYNX 130 G/M<sup>2</sup>

## Paris Photo — des catalogues reinventés sur Arctic Volume et Munkon Design



Paris Photo, première foire internationale dédiée au médium photographique, se tient chaque année sous la verrière du Grand Palais à Paris. Depuis 1997, la foire œuvre au développement et au soutien de la création photographique en promouvant le travail des galeristes, des éditeurs et des artistes. La société Reed Expo est l'organisateur de ce prestigieux salon et leur Directrice du studio de création graphique, Nadine Vanderbeke, nous livre ici son expérience concernant les documents imprimés pour la 22<sup>e</sup> édition de Paris Photo, qui se tiendra du 8 au 11 novembre.

"La brochure Close Up, programme VIP de Paris Photo et adressé aux collectionneurs, ainsi que les différents supports édités par Paris Photo, ont été conçus et mis en page par le studio de création interne de Reed Expositions France. L'activité du studio s'applique par ailleurs à l'ensemble des événements du groupe, soit une quarantaine de Salons par an. Pour Paris-Photo, il était important de choisir des papiers de qualité pour que la reproduction des œuvres photographiques publiées dans nos supports rende hommage aux photographes exposés dans l'écrit somptueux du Grand-Palais.

La brochure "Close-Up", a ainsi été imprimée sur le Munkon Kristall, et le rendu des photos sublimé grâce à la photogravure de la société Printmodel. L'impression en H-UV 5 couleurs offre un rendu dense et profond sans perte de définition. Avec cette équation, on a vraiment l'impression de « rentrer » dans

la photo. Les nombreux éditeurs de livres d'art et les participants au concours du Prix du livre Paris Photo présents au Grand-Palais sont autant d'experts qui sauront apprécier notre démarche."

"Pour le catalogue Paris-Photo, plus grand public, notre choix s'est porté sur l'Arctic Volume qui permet un excellent rendu des œuvres photographiques présentées par les galeries avec son grain chaleureux et subtil grâce au bouffant de ce papier couché ultra-mat."



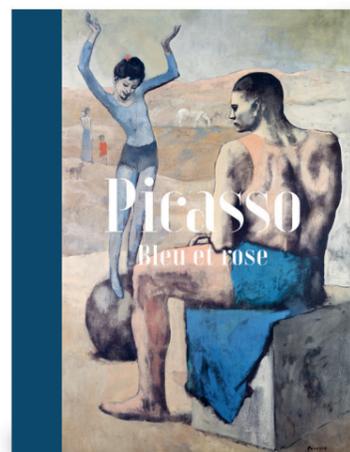
OUVRAGE 1 : CATALOGUE VIP CLOSE-UP  
EDITEUR : PARIS PHOTO / REED EXPOSITIONS FRANCE  
CONCEPTION & REALISATION : STUDIO CREATION GRAPHIQUE, REED EXPOSITION  
FORMAT & NOMBRE DE PAGES : 15 X 21, 96 PAGES  
PHOTOGRAVURE : PRINTMODEL  
IMPRESSION : H-UV 5 COULEURS  
PAPIER : INTERIEUR : MUNKON KRISTALL ROUGH 120 G/M<sup>2</sup>  
COUVERTURE : MUNKON KRISTALL 300 G/M<sup>2</sup>  
OUVRAGE 2 : CATALOGUE GRAND PUBLIC PARIS-PHOTO  
PAPIER : ARCTIC VOLUME WHITE 130 G/M<sup>2</sup>

## Picasso et Miró — sur Munken Lynx

Deux catalogues pour deux expositions majeures de cette rentrée 2018, conçus par le duo Wijntje van Rooijen & Pierre Péronnet, nous rappellent, s'il le fallait, que le Munken Lynx est le support par excellence des catalogues d'exposition.

### Picasso. Bleu et Rose

Musée d'Orsay, 18 septembre 2018 – 6 janvier 2019 « J'ai voulu être peintre et je suis devenu Picasso » — Pablo Picasso. S'associant pour la première fois, le musée d'Orsay et le musée national Picasso-Paris offriront aux visiteurs un rassemblement inédit de chefs-d'œuvre, pour certains jamais présentés en France, et proposeront une lecture renouvelée des années 1900-1906. Le catalogue publié à cette occasion réunie les meilleurs spécialistes, notamment les conservateurs des musées Picasso de Paris et de Barcelone. Un catalogue indispensable pour comprendre comment cet enfant du XIX<sup>e</sup> siècle contribua à inventer la modernité.



TITRE : PICASSO. BLEU ET ROSE  
ÉDITEUR : MUSÉE D'ORSAY / MUSÉE NATIONAL PICASSO-PARIS / HAZAN  
CRÉATION GRAPHIQUE : WIJNTJE VAN ROOIJEN & PIERRE PÉRONNET  
RESPONSABLE DE FABRICATION : CLAIRE HOSTALIER  
PHOTOGRAVURE : LES ARTISANS DU REGARD  
FORMAT ET PAGINATION : 216 X 288 MM, 408 PAGES  
PAPIERS : MUNKEN LYNX 130 G/M<sup>2</sup>, AMBER GRAPHIQUE 90 G/M<sup>2</sup> ET CRUSH ALMOND 120 G/M<sup>2</sup>

### Miró

Grand Palais, 3 octobre 2018 au 4 février 2019 « Pour moi, un tableau doit être comme des étincelles. Il faut qu'il éblouisse comme la beauté d'une femme ou d'un poème » — Joan Miró. Réunissant près de 150 œuvres dont certaines inédites en France et couvrant 70 ans de création, cette rétrospective retrace l'évolution technique et stylistique de l'artiste. Miró crée à partir de ses rêves et nous ouvre les portes de son univers poétique. La Réunion des musées nationaux – Grand Palais, organisateur de l'événement, édite aussi le catalogue de l'exposition pour lequel un soin exceptionnel a été observé pour la finition. Tout pour en faire un bel objet de collection souhaité par tous les amateurs d'art et de beaux livres.



TITRE : MIRÓ. LA COULEUR DE MES RÊVES  
ÉDITEUR : RÉUNION DES MUSÉES NATIONAUX – GRAND PALAIS  
FORMAT ET PAGINATION : 224 X 280 MM, 304 PAGES  
CRÉATION GRAPHIQUE : WIJNTJE VAN ROOIJEN & PIERRE PÉRONNET  
RESPONSABLE DE LA FABRICATION : ISABELLE LORIC  
IMPRESSION : COUVERTURE EN OFFSET H-UV, INTERIEUR : OFFSET TRADITIONNEL, PAR GRAPHICOM  
PAPIER : MUNKEN LYNX 130 G/M<sup>2</sup>

## La Collection Renault — se fait connaître sur Munken Polar

La collection Renault fête ses 50 ans. Cinquante ans d'une histoire pionnière construite avec l'art de son temps. Dès 1967, alors que l'art contemporain reste encore confidentiel, Renault a choisi, non d'acheter des œuvres d'arts finis et déjà sur le marché, mais d'inviter les artistes à une découverte mutuelle. La collection compte aujourd'hui plus de 300 œuvres d'artistes de toutes nationalités, qui témoignent de cette aventure toujours vivante.

Pour communiquer autour de cet anniversaire, la Directrice de la collection d'art Renault, Ann Hindry a choisi d'éditer un livret et a fait appel au jeune graphiste Etienne Macquet, Paris. Il est diplômé de l'Ecole nationale supérieure des arts décoratifs (master concepteur créateur en design graphique). Son travail s'articule autour de la typographie de la conception de livres, de la direction artistiques et des médias digitaux.

La collection Renault contient des œuvres d'artistes tels qu'Arman, Jean Dubuffet, et Niki De St Phalle, et sera exposée en décembre à la Fondation Clément en Martinique et en septembre 2019, pendant 3 mois, à la MNAC – Musée National d'Art de Catalogne à Barcelone.



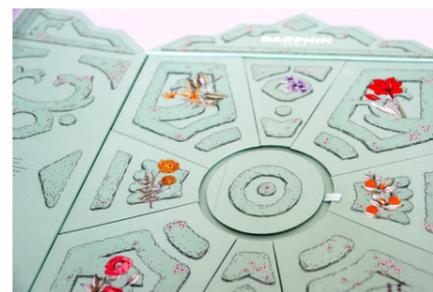
OUVRAGE : LIVRET DES 50 ANS DE LA COLLECTION D'ART RENAULT  
ÉDITEUR : ANN HINDRY, DIRECTRICE DE LA COLLECTION  
FORMAT : 14,5 X 22, 48 PAGES  
CONCEPTION GRAPHIQUE : ATELIER ETIENNE MACQUET, WWW.ETIENNEMACQUET.COM  
PHOTOGRAVURE : FOTIMPRIM, PARIS  
IMPRESSION : PPA ESPRINT, MONTREUIL (RESPONSABLE DU PROJET ROMAIN CHRETIEN)  
PAPIER : MAJORITAIREMENT LE MUNKEN POLAR 100 G/M<sup>2</sup>

## La douceur du jardin à la française — transmise par Munken Print White



Dans le cadre de son lancement sur le marché asiatique au printemps 2018, la maison Darphin imagine un coffret pour présenter sa gamme de soins et son style à la française. En faisant appel à la Directrice artistique et illustratrice Juliette Lavat pour la création et à Knoll Packaging pour le développement technique et la fabrication, la marque s'est assurée de réaliser un projet hautement créatif et qualitatif. La collaboration fructueuse donne naissance à « Cache-Cache à Versailles », nom de code d'un coffret d'exception, une rêverie poétique invitant à découvrir sept soins de la maison Darphin. Poussez les délicates grilles de dentelle, et pénétrez dans l'univers si singulier d'un jardin botanique...

« Jouer avec les codes du jardin m'est apparu comme une évidence pour associer les notions d'un savoir-faire si français et l'univers botanique de la marque », confie la Directrice artistique Juliette Lavat. « J'ai imaginé un coffret ludique et riche en illus-



trations pour un public asiatique amateur à la fois de surprises et de raffinement à la française. La campagne a très bien fonctionné, car toute l'édition de 2500 ex a été vendue en quelques jours seulement. »

« Outre la difficulté liée au grand format du coffret, réalisé en carton à forte densité et papier FSC, le nombre élevé de compartiments et d'ouvertures a rendu le travail particulièrement délicat. Le réel défi a été d'habiller les structures intérieures et d'ajuster les neuf rabats d'ouverture », souligne Florence Dancoisne, Knoll Packaging. « Pour sa résistance, son aspect naturel et pour ses qualités graphiques, nous avons choisi le papier Munken Print White 15 en 150 g/m<sup>2</sup> pour l'impression et le contre-collage du coffret. Il transmet parfaitement la douceur de vivre de ce jardin toute en couleurs pastel. Cette réalisation illustre parfaitement notre soin du détail et notre maîtrise des étapes de fabrication manuelle de projets complexes. »

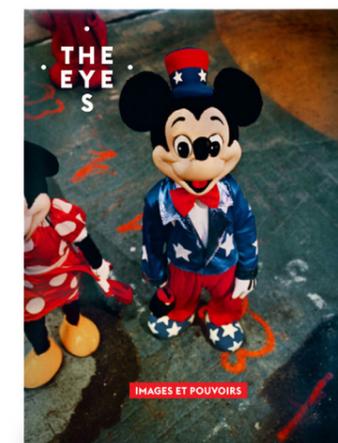
OUVRAGE : COFFRET D'ARTISTE  
NOMBRE D'EXEMPLAIRE : 2.500 EX  
DIRECTION ARTISTIQUE : JULIETTE LAVAT, WWW.JULIETTELAVAT.COM  
CONCEPTION & FABRICATION : KNOLL PRESTIGE PACKAGING  
PAPIER DE RECOUVREMENT : MUNKEN PRINT WHITE 15, 150 G/M<sup>2</sup>

## The Eyes N°9 — « Images & Pouvoirs »

The Eyes est la première revue photo à collectionner. Se voulant objet unique et atemporel, The Eyes présente un contenu éditorial et artistique à voir et à revoir, et offre au lecteur-collectionneur un tirage photo dans chaque exemplaire. Le Directeur de la publication, Vincent Marilhac, nous précise : « Pour sa 9<sup>e</sup> édition, la revue The Eyes aborde la thématique de pouvoir de l'image et de ses usages. Il s'agit à la fois de montrer comment le Pouvoir a su utiliser le medium à des fins de propagande et tout autant de s'intéresser aux protocoles photographiques utilisés par certains artistes pour souligner des usages tendancieux de l'image par le Pouvoir. »

« Chaque édition de The Eyes est divisée en trois parties. Il convenait de choisir un papier adapté à chaque atmosphère éditoriale. L'Arctic Volume White restitue dans leur diversité les séries des artistes présentés dans Portfolio. La teinte et le rendu de Munken Pure valorise les objets éditoriaux présentés dans Bibliomania. Enfin, Munken Kristall Rough permet de marquer la présence de la section Forum consacrée à des actualités et à des personnalités spécifiques », clarifie Vincent.

« Sélectionner ces papiers est aussi affaire de matières, d'odeur et de toucher. The Eyes est un objet qui doit transmettre ses sens autant par son contenu que par sa présence. »



OUVRAGE : THE EYES, ISBN : 979-10-92727-23-4  
ÉDITEUR : THE EYES PUBLISHING  
FORMAT : 21 X 29 CM  
PHOTOGRAVURE : PICTORIAL SERVICE  
IMPRESSION : OFFSET H-UV PAR ART & CARACTERE A LAVAURE  
PAPIER : ARCTIC VOLUME 130 G/M<sup>2</sup> ET 300 G/M<sup>2</sup>, MUNKEN PURE 120 G/M<sup>2</sup>, MUNKEN KRISTALL ROUGH 120 G/M<sup>2</sup>

## Le bouffant — au service de la science quantique

Pull Factor est un livre d'artiste, fruit de la collaboration entre le designer graphique Etienne Macquet et l'écrivain Habib William Kherbek. Il conte l'histoire de quatre personnages selon le paradoxe des jumeaux de Langevin issu de la théorie de relativité générale. L'histoire de chaque protagoniste est inscrite sur des cahiers différents, en vis-à-vis les uns des autres. Lorsque l'histoire relie en un même point spatial deux personnages, leur perception du temps est simultanée, et leurs cahiers ne font qu'un. Entre chaque rencontre, la variation du grammage du papier entre les différents cahiers, fait varier le nombre de pages. Elle permet ainsi d'inscrire différentes quantités de texte pour une même épaisseur totale. Ce jeu de pages témoigne de la relativité des durées et de l'impossibilité de simultanéité. Le temps (épaisseur totale) entre deux rencontres est le même, mais la durée (nombre de pages) est différente pour chaque personnage. Le livre compte 5 grammages et/ou mains différentes du Munken Print White. Pull factor est un poème centré sur la crise des réfugiés en Méditerranée et la crise économique affectant la Grèce. Il est un fragment d'une recherche plus large menée par le designer graphique Etienne Macquet depuis 2015 sur la vulgarisation du temps en physique relativiste et quantique par la manipulation d'objets graphiques.



OUVRAGE : PULL FACTOR, TEXTE DE HABIB WILLIAM KHERBEK  
ÉDITEUR : LIVRE D'ARTISTE D'ETIENNE MACQUET  
CONCEPTION GRAPHIQUE : STUDIO ETIENNE MACQUET, WWW.ETIENNEMACQUET.COM  
IMPRESSION : SERIGRAPHIE ET IMPRESSION LASER NOIR  
RELIURE : ATELIER HOUDART, PARIS, AVEC LE SOUTIEN DE LA FONDATION BETTENCOURT SCHUELLER  
PAPIER : MUNKEN PRINT WHITE MAIN 1,5 80 G/M<sup>2</sup>, MAIN 1.8, 90 G/M<sup>2</sup>, MAIN 2.0, 90 G/M<sup>2</sup>, MAIN 1.8 ET 115 G/M<sup>2</sup>

## Exposer le design graphique — sur Munken Print



Le ving-quatrième édition de Graphisme en France traite de l'exposition et du commissariat du design graphique.

Publiée par le Centre national des arts plastiques, cette parution est destinée aux graphistes professionnels, aux étudiants et plus généralement à tous les publics s'intéressant à la communication visuelle. La création graphique a été confiée cette année à Camille Bonnivard, diplômée de l'École européenne nationale supérieure d'art de Bretagne (Eésab), site de Rennes. Elle a joué avec les codes du catalogue d'exposition, de l'affiche du cartel et de l'échelle. La publication a été imprimée sur le Munken Print White, 80 g/m<sup>2</sup>. "Le faible grammage choisi a apporté une légère transparence qui permet de distinguer la structure de la mise en page sans gêner la lecture et ainsi faire un clin d'oeil supplémentaire au sujet. De plus, le blanc naturel du papier s'associe parfaitement aux couleurs "pastel" des pages d'introduction (rose) et pour la couverture (vert)", nous confie Camille.

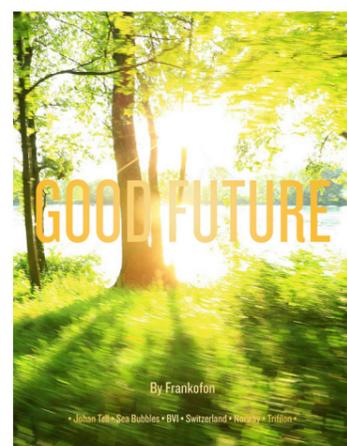
Contactez-nous à [info-fr@arcticpaper.com](mailto:info-fr@arcticpaper.com) pour obtenir un exemplaire.

OUVRAGE : GRAPHISME EN FRANCE, EDITE EN 10.000 EX  
ÉDITEUR : LE CENTRE NATIONAL DES ARTS PLASTIQUES, CNAP  
FORMAT : 21 X 28, 76 PAGES, INSERTION DU PROGRAMME DE MANIFESTATIONS EN FORME D'AFFICHE  
CONCEPTION : CAMILLE BONNIVARD ART GRAPHIQUE, CAMILLE.BONNIVARD@GMAIL.COM  
PHOTOGRAVURE : FOTIMPRIM  
IMPRESSION : IMPRIMERIE CHIRAT  
PAPIER INTERIEUR : MUNKEN PRINT WHITE 15, 80 G/M<sup>2</sup>, COUVERTURE ET POSTER : PAPIER OFFSET COULEUR VERT AMANDE 90 & 240 G/M<sup>2</sup>

## Good Future bookazine — des futurs souhaitables

Dans un monde de plus en plus complexe et chargé d'informations négatives, l'éditeur Frankofon a souhaité un nouveau focus pour leur bookazine jusqu'alors dédié aux voyages et sujets golfigues et œnologiques. Dans la nouvelle version de la publication "bookazine -The Good Future", Annelie Karlsson et Tina Darcel, l'équipe de "Frankofon", souhaitent partager les histoires des personnes qui changent le monde et préparent un meilleur futur. Des récits de destins courageux, des destinations et des lieux de vie durables et environnementaux, des innovations de produits et de services où la nature et l'environnement sont au centre. "bookazine" présente les chefs d'entreprise de demain, les grandes personnalités et les beaux esprits qui nous donnent de l'espoir pour le monde de demain.

L'idée a également été de faire du nouveau "bookazine" un bel objet papier, un véritable collector. Conçu et imprimé en Suède, sur le papier Munken Lynx Rough, le prochain bookazine est en cohérence avec son objectif environnemental. Il sera disponible sur des points de ventes sélectionnés en Suède, en France et en Suisse dès octobre 2018.



OUVRAGE : GOOD FUTURE BOOKAZINE  
ÉDITEUR : FRANKOFON PUBLISHING, ANNELIE KARLSSON, WWW.FRANKOFON.SE  
MARKETING / VENTES : TINA DARCEL  
NOMBRE DE PAGES : 160  
DIRECTEUR ARTISTIQUES : AMELIE STENBECK-RAMEL  
IMPRESSION : ITALGRAF, SUEDE  
PAPIER : MUNKEN LYNX ROUGH 120 & 300 G/M<sup>2</sup>

## Nouvelle identité graphique — pour Odéon-Théâtre de l'Europe

Stéphane Braunschweig a été nommé à la direction de l'Odéon-Théâtre de l'Europe en janvier 2016. Son objectif et sa vision de la mission du service public sont de « faire partager les plus hautes exigences artistiques et le goût de l'audace à un public toujours plus divers et plus vaste... ». Depuis son arrivée, le travail graphique du Théâtre a été confié à l'Atelier ter Bekke & Behage, Paris. Les graphistes Evelyn ter Bekke et Dirk Behage interviennent sur l'ensemble du champ de la communication dite "d'utilité publique": élaboration d'identités visuelles, éditions imprimées, typographie et création de caractères originaux, signalétique, entre autres. Pour l'identité de l'Odéon-Théâtre de l'Europe ils ont imaginés des constructions graphiques basées sur une grille, jouant avec des lignes et la typographie Akzidenz Grotesk dans des couleurs vives. Ces compositions rappellent la hiérarchisation des contenus des journaux, et donnent un accès simple et une couleur résolument contemporaine aux informations autour des spectacles. Le choix du papier s'est porté sur l'offset blanc l'Amber Graphique pour les parties textes et aplats, et l'insertion des images photographiques de pleine page est mise en valeur sur le papier couché ultra mat et bouffant Arctic Volume White.



OUVRAGE : PROGRAMME ANNUEL, ÉDITION DE 20.000 EX.  
ÉDITEUR : ODEON - THÉÂTRE DE L'EUROPE, STEPHANE BRAUNSHWEIG  
FORMAT : 16,5 X 24 (80 PAGES)  
IMPRIMEUR : MEDIA GRAPHIQUE, RENNES  
PAPIERS : COUVERTURE : AMBER GRAPHIQUE 240 G/M<sup>2</sup> / INTERIEUR : AMBER GRAPHIQUE 100 G/M<sup>2</sup> / ARCTIC VOLUME WHITE 115 G/M<sup>2</sup>

## KØ — le futur se dessine sur Munken Kristall



La Publication KØ – Le futur institut des Techniques d'ingénieurs de l'Industrie – a été réalisée pour l'agence d'architecture MWAH à l'occasion de la visite de chantier du bâtiment KØ pendant le mois de l'architecture contemporaine en Normandie. L'opération prévoit la réhabilitation de la totalité du bâtiment Brandt dans le respect de l'architecture 1930. Le projet de réhabilitation cherche à préserver les traces successives de l'aventure moderne pour les donner à voir aux futurs apprentis ingénieurs qui s'y installeront.

A l'image de cette approche volontairement décalée, la publication révèle la démarche singulière de l'agence mais aussi le bâtiment en pleine mutation et l'étrange beauté de ces lieux où se côtoient dans une forêt parfois brumeuse le silex et la propulsion plasmique. Mélangeant images d'archives et photographies de chantier, le papier Munken Kristall a été sélectionné pour son rendu photographique et pour sa blancheur vive, contrastant avec le papier noir et doré de la couverture traité en découpe-laser.

CONCEPTION GRAPHIQUE : PERRINE ROUSSELET, HELLO@PERRINEROUSSELET.COM  
ÉDITEUR : MWAH AGENCE D'ARCHITECTURE  
PHOTOGRAPHIES : A&S PHOTOGRAPHES  
IMPRESSION : OFFSET HUV, GRAFIK PLUS  
PAPIER INTERIEUR : MUNKEN KRISTALL  
EXTRABLANC 90 G/M<sup>2</sup>

## Dess[e]ins croisés — 20 ans de stratégie et de création

Dess[e]ins croisés est l'histoire d'une collaboration qui dure. Les textes regroupés dans cet ouvrage ont été écrits par Gilles Deléris et Denis Gancel, les deux présidents-fondateurs de l'agence W. Chroniques, analyses, coups de gueule parfois, convictions toujours... Leurs regards se croisent, s'entremêlent, se répondent mais ne divergent jamais. Car voilà 20 ans aujourd'hui qu'ils regardent dans la même direction. Ici, les principaux protagonistes sont les marques, la création, le design, la communication... Mais c'est également un hommage à W et ses équipes qui donne vie à la signature de l'agence, Stratégie et Création. Il est aussi à l'image de sa nouvelle identité graphique : un jaune pur et une nouvelle typo *made in W*. Dess[e]ins croisés est bien plus qu'un livre anniversaire : c'est un point de départ pour les 20 prochaines années. Ce livre-objet peut être ouvert au hasard des pages ou lu de A à Z, parcouru ou feuilleté... Les images, formes et illustrations répondent aux mots. Pour valoriser ce livre, l'agence a choisi un Munken Print White 115 g avec une main de 1,8. Un papier bouffant idéal pour les éditions d'art graphique : les aplats de couleurs vives sont enrichis grâce aux traces de bois et apporte une texture incomparable pour vivre la pleine expérience de l'objet.



OUVRAGE : LIVRE ANNIVERSAIRE 20 ANS « DESS[E]INS CROISES »  
ISBN : 978-2-919507-81-8  
ÉDITEUR : AGENCE W  
DISTRIBUTION : DISPONIBLE À PARTIR NOVEMBRE 2018 EN LIBRAIRIES SPÉCIALISÉES  
FORMAT : 230 X 340 MM À LA FRANÇAISE, 290 PAGES  
CONCEPTION GRAPHIQUE : AGENCE W  
IMPRESSION : LES ÉDITIONS LOCO EN OFFSET TRADITIONNELLE  
COUVERTURE : BLACK MAGIC 250 G/M<sup>2</sup>, SÉRIGRAPHIE 1 COULEUR  
PAPIER INTÉRIEUR : MUNKEN PRINT WHITE 115 G/M<sup>2</sup>  
MAIN DE 1,8

# Paper Passion

## — entretien avec Konrad Olsson

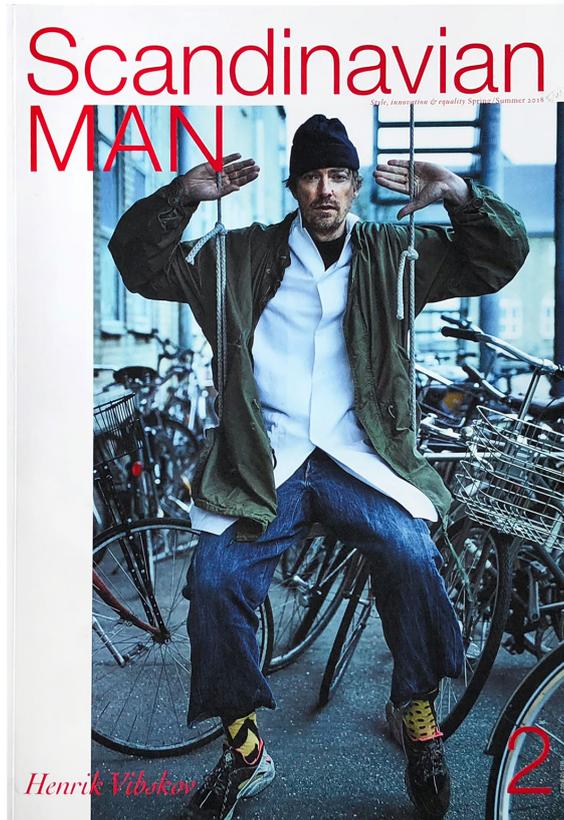
Konrad Olsson réunit l'impression et le style scandinave. Avec une vaste expérience dans l'industrie du magazine et une passion pour le journalisme, Konrad Olsson a lancé Scandinavian Man en 2017, une nouvelle plateforme pour la mode, les valeurs et les marques masculines scandinaves. Dans un monde où les magazines traditionnels sur papier "glacé", disparaissent peu à peu, un nouveau type de journalisme s'épanouit. Ici, les arts urbains et les sujets non conformistes sont représentés et imprimés sur des papiers soigneusement sélectionnés et la communication avec le lecteur se fait en ligne. — *Le contenu doit ajouter de la valeur au lecteur. Le magazine doit être plus comme un cadeau qu'un journal. Il est le produit principal et le support pour diffuser nos valeurs scandinaves; en mettant en avant des sujets tels que l'égalité des sexes, la durabilité, l'innovation et l'entrepreneuriat. En parallèle nous travaillons avec l'évènementiel; nous avons entre autres organisés un magasin éphémère, des expositions de photos et des tables rondes pour nos lecteurs, explique Konrad.*

### Le jeune entrepreneur de l'édition

Adolescent, Konrad a créé son premier magazine, Flare Fanzine, en hommage à la scène musicale de sa ville natale, Umeå, dans le nord de la Suède. Lui et un ami ont soigneusement couvert cette culture underground et interviewé des musiciens locaux.

— *Les idées fondées à l'époque font aujourd'hui partie de ma carrière. L'attitude était la même, je voulais couvrir un monde clair et défini, le représenter et le renforcer, dit-il.*

— *Scandinavian Man a débuté comme un salon de mode masculine, à Göteborg en 2016. Mais il n'a pas attiré l'intérêt escompté et nous avons choisi de continuer avec la marque. Ainsi nous avons réalisé que pour travailler avec la mode masculine scandinave à l'international, nous devons*



*insuffler à la marque des valeurs scandinaves. Nous voulions créer quelque chose comme Kinfolk et Fantastic Man, mais d'un point de vue scandinave, dit Konrad.*

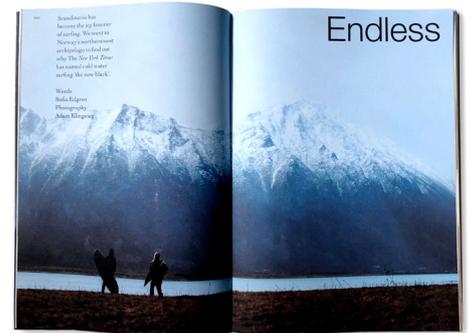
### L'importance de la crédibilité analogique

Scandinavian Man est publié en deux éditions chaque année avec 244 pages de reportages sur la mode, des portraits, des essais et guides de style. L'essence scandinave vit à travers le magazine, des personnalités interviewées et des tables rondes à la matière première utilisée pour la fabrication. Le magazine est imprimé sur du papier non couché, de plus en plus apprécié ces dernières années.

— *Aujourd'hui, la technologie d'impression vous permet d'imprimer des photos*

*sur du papier non couché, ce qui donne un effet incroyable à l'image – et vous en éprouvez une profondeur et une dynamique d'encre complètement différentes. Le papier non couché génère une certaine ambiance, comme un livre – quelque chose que vous aimeriez garder. Il contraste clairement avec le magazine classique, mais aussi avec l'écran brillant devant lequel vous passez tant de temps. Le papier non couché génère une crédibilité analogique, dit Konrad. Scandinavian Man N° 2 présente deux couvertures différentes, l'une avec la designer de mode suédoise Filippa Knutsson et l'autre avec le couturier Henrik Vibskov. Ici débute aussi une série sur le thème "à la recherche d'une nouvelle masculinité", avec un reportage de l'exposition "Present father" (Père présent) montrant les photos du photographe de mode Peter Gehrke de personnalités, comme Johnny Johansson de Acne Studios et le directeur Tarik Saleh avec leurs enfants. Scandinavian Man N° 2 est imprimé sur le Munken Kristall 240 et 100 g/m<sup>2</sup> et Munken Pure 80 g/m<sup>2</sup>*

*en offset H-UV par Göteborgstryckeriet. Pour lire la totalité de cet article : [www.arcticpaper.com/paperpassion](http://www.arcticpaper.com/paperpassion)*



ARCTIC PAPER COMPTE PARI MI LES LEADERS EUROPÉENS DES FABRICANTS DE PAPIER GRAPHIQUE HAUT DE GAMME. LA SOCIÉTÉ POSSÈDE DES USINES EN SUÈDE ET EN POLOGNE, AINSI QUE DES BUREAUX DE VENTE DANS 14 PAYS EN EUROPE. ARCTIC PAPER FABRIQUE ET COMMERCIALISE UNE VASTE GAMME DE PAPIERS SOUS LES MARQUES AMBER, ARCTIC, G-PRINT ET MUNKEN. ILS SONT PRINCIPALEMENT PROPOSÉS À LA CHAÎNE GRAPHIQUE, AU SECTEUR DE L'ÉDITION ET DE LA COMMUNICATION. LE GROUPE A

UNE CAPACITÉ DE PRODUCTION DE 700 000 TONNES DE PAPIER/AN ET EMPLOIE 1 250 PERSONNES. VOUS TROUVEREZ PLUS D'INFORMATIONS SUR LE SITE [WWW.ARCTICPAPER.COM](http://WWW.ARCTICPAPER.COM)

CHALLENGES EST UNE PUBLICATION ANNUELLE D'ARCTIC PAPER FRANCE. SI VOUS AVEZ DES IDÉES À CE SUJET, CONTACTEZ-NOUS AU 01 43 44 92 06 OU PAR E-MAIL : [ANN.ERIKSSON@ARCTICPAPER.COM](mailto:ANN.ERIKSSON@ARCTICPAPER.COM)



ARCTIC PAPER