Z
244.6
.C2
S814

Canada

# ÉTUDE DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DE L'IMPRIMERIE COMMERCIALE

Gouvernement du Canada
Expansion industrielle régionale

Government of Canada
Regional Industrial Expansion

## NOTE DE LA RÉDACTION

Le taux de douane des NPF de 10 p. 100 sur certaines catégories de périodiques et de livres de langue anglaise (décrit à la page 11) a été suspendu par le ministre des Finances dans son budget du 18 février 1987.

# ÉTUDE DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DE L'IMPRIMERIE COMMERCIALE

DEPARTMENT OF REGIONAL
INDUSTRIAL EXPANSION
LIBRARY

FEB 5 1988

BIBLIOTHEQUE
MINISTERE DE L'EXPANSION
INDUSTRIELLE REGIONALE

Division des produits récréatifs
Direction des produits alimentaires et produits de consommation
Ministère de l'Expansion industrielle régionale
Ottawa (Ontario)

Décembre 1986

**Also available in English**

# ÉTUDE DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DE L'IMPRIMERIE COMMERCIALE

## TABLE DES MATIÈRES


| | | Page |
|---|---|---|
| 1. | Définition de l'industrie | 1 |
| 2. | L'industrie en perspective | 1 |
| | 2.1 Situation actuelle de l'industrie | 1 |
| | 2.2 Historique | 2 |
| 3. | Structures de l'industrie | 2 |
| | 3.1 Dimensions des usines et des entreprises | 2 |
| | 3.2 Distribution régionale | 3 |
| | 3.3 Spécialisation | 4 |
| | 3.4 Propriété et contrôle | 4 |
| | 3.5 Contexte international | 5 |
| 4. | Structures du marché national | 6 |
| | 4.1 Étendue du marché | 6 |
| | 4.2 Pratiques commerciales | 6 |
| 5. | Commerce international | 6 |
| | 5.1 Exportations | 7 |
| | 5.2 Importations | 9 |
| | 5.3 Comparaisons entre le Canada et les États-Unis | 10 |
| 6. | Obstacles au commerce | 11 |
| | 6.1 Tarifs | 11 |
| | 6.2 Obstacles non tarifaires | 13 |
| 7. | Coûts relatifs de production | 15 |
| | 7.1 Matières premières et énergie | 15 |
| | 7.2 Emploi | 16 |
| | 7.3 Productivité de la main-d'oeuvre | 19 |
| | 7.4 Transport | 20 |
| | 7.5 Comparaisons entre le Canada et les États-Unis | 20 |
| 8. | Technologie et innovation | 29 |
| | 8.1 Recherche - développement | 29 |
| | 8.2 Outillage et matériel | 29 |
| 9. | Situation financière | 32 |
| | 9.1 Rentabilité | 32 |
| | 9.2 Liquidité et solvabilité | 33 |

| | Page |
|---|---|
| 10. Rôle des gouvernements | 34 |
| 11. Perspectives à moyen terme | 35 |
| 11.1 Tendances du marché national | 35 |
| 11.2 Tendances du marché international | 36 |
| 11.3 Tendances de la production | 38 |
| 11.4 Facteurs relatifs à l'approvisionnement | 39 |
| 11.5 Innovations techniques | 39 |
| 12. Conclusions | 40 |

Annexes

Annexe A - Principaux numéros tarifaires au Canada
Annexe B - Principaux numéros tarifaires aux États-Unis

# ÉTUDE DE L'INDUSTRIE CANADIENNE

# DE L'IMPRIMERIE COMMERCIALE

## 1. Définition de l'industrie

L'industrie est classée sous les codes CTI 2811 (industries d'impression de formulaires commerciaux) et 2819 (autres industries d'impression commerciale). Les établissements qui la composent s'intéressent principalement à la production d'articles imprimés, sans égard à la méthode d'impression utilisée. Les installations d'imprimerie intégrées dans des organismes, notamment les compagnies d'assurance et les gouvernements, appelées communément " imprimeries internes ", sont exclues de cette étude.

L'industrie fait partie intégrante du secteur " Imprimerie, édition et industries connexes ". Quoiqu'il existe des différences importantes dans la structure et le fonctionnement des industries de l'imprimerie et celles de l'édition, elles sont toutefois interreliées dans une certaine mesure.

## 2. L'industrie en perspective

### 2.1 Situation actuelle de l'industrie

En 1985, l'industrie canadienne comptait environ 2 875 sociétés qui dirigeaient environ 3 000 établissements; près de 53 000 personnes y travaillaient et les livraisons déclarées s'élevaient à 4,4 milliards de dollars. Elle produit une grande variété de biens industriels, pour tous les segments de l'économie. Les catalogues, circulaires, listes de prix et autres formes de publicité constituent le groupe de produits individuel le plus important, représentant près du 1/5 de la production. Les autres groupes de produits dominants sont les formulaires commerciaux (15 p. 100) et les périodiques imprimés pour des éditeurs (9 p. 100). L'ensemble de la production de cette industrie porte sur du travail fait sur commande. Même s'il s'agit indéniablement d'un secteur de fabrication, les relations entre le fabricant et le client ont donné au service une importance considérable.

En 1984 et en 1985, l'imprimerie commerciale a connu une croissance rapide suite à la récente récession économique. La situation de surcapacité qui existait depuis 1982 s'est virtuellement absorbée en même temps. En 1984-1985, l'amélioration des conditions du marché a permis à l'industrie d'investir davantage en immobilisations.

## 2.2 Historique

En réponse à des conditions du marché généralement favorables, l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale s'est constitué un solide dossier d'expansion et de diversification de 1974 à 1985. A titre d'exemple, les taux d'emplois et d'expéditions ont augmenté à un rythme annuel moyen de 1,7 et de 12,5 p. 100 respectivement.

Au cours de la période à l'étude, le rendement de l'industrie de l'imprimerie commerciale était meilleur que celui du secteur manufacturier. Sa part de l'ensemble des expéditions et celle de l'emploi dans ce secteur sont passées de 1,5 à 1,8 p. 100, et de 2,5 à 3,1 p. 100, respectivement. De la même manière, sa performance financière, en termes de bénéfices avant impôt sur le revenu total et de bénéfices après impôt sur l'avoir, était en général meilleure que celle de l'ensemble du secteur manufacturier durant cette même période.

# 3. Structures de l'industrie

## 3.1 Dimensions des usines et des entreprises

Cette industrie possède plus d'établissements que toute autre industrie manufacturière au Canada (dans les trois chiffres pour le code CTI); elle est caractérisée par la présence d'une multitude de petites unités de production, nécessitant l'emploi d'un assez grand nombre d'ouvriers. Sur une petite échelle, il n'y a pas d'obstacle majeur qui empêche une entreprise d'entrer sur ce marché. Comme le montre le tableau 1, les 4/5 de tous les établissements embauchaient moins de 20 personnes en 1984, soit l'année la plus récente pour laquelle les statistiques sont disponibles. Ces établissements ne représentaient toutefois que le 1/5 des expéditions totales. Les 92 plus grandes usines, ou 3,2 p. 100 du total, partageaient presque la moitié des expéditions de l'industrie. Il ne semble y avoir eu aucun changement sur le plan de la dimension de ses entreprises en 1985. L'imprimerie commerciale est beaucoup plus segmentée que l'ensemble du secteur manufacturier au Canada.

TABLEAU 1

DISTRIBUTION DE L'INDUSTRIE SELON LA DIMENSION DE L'ÉTABLISSEMENT, 1984

| | Établissement (nombre) | (%) | Emploi (nombre) | (%) | Livraisons (millions de $) | (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Nombre d'employés | | | | | | |
| Moins de 10 | 2 000 | 68,5 | 7 188 | 13,8 | 452,7 | 11,2 |
| De 10 à 19 | 418 | 14,3 | 5 633 | 10,8 | 351,1 | 8,7 |
| De 20 à 49 | 306 | 10,5 | 9 543 | 18,3 | 692,9 | 17,1 |
| De 50 à 99 | 104 | 3,6 | 7 451 | 14,3 | 646,1 | 16,0 |
| 100 ou plus | 92 | 3,2 | 22 287 | 42,8 | 1 906,5 | 47,1 |
| TOTAL | 2 920 | 100,0 | 52 102 | 100,0 | 4 049,4 | 100,0 |

SOURCE : Catalogue n° 36-203 de Statistique Canada.

Quoique le développement d'organismes à usines multiples ne soit pas encore important dans cette industrie, on assiste à une tendance graduelle à la fusion depuis quelques années. Au niveau de l'entreprise, les quatre plus grandes sociétés d'imprimerie représentent environ 30 p. 100 de toutes les expéditions. Deux d'entre elles sont régies par des conglomérats de communication.

## 3.2 Distribution régionale

Il existe des installations un peu partout au pays; toutefois il y a concentration de cette industrie en Ontario et au Québec. En 1984, près du 3/4 des usines se situaient dans ces provinces, représentant environ les 4/5 de l'emploi et des expéditions, comme le souligne le tableau 2. Rien n'indique que ces données ne soient plus valables.

Bien que cette industrie fournisse beaucoup d'emplois pour les petites collectivités, les activités d'imprimerie ont tendance à se concentrer dans des régions à forte densité de population. Près de la moitié de la production de l'industrie provient des entreprises situées dans les régions métropolitaines de Toronto et de Montréal. L'imprimeur moyen a tendance à ne desservir qu'un marché local.

TABLEAU 2

DISTRIBUTION RÉGIONALE DES ÉTABLISSEMENTS, 1984

| | Établissements | | Emplois | | Livraisons | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | (nombre) | (%) | (nombre) | (%) | (millions de $) | (%) |
| Maritimes | 124 | 4,2 | 964 | 1,9 | 57,1 | 1,4 |
| Québec | 796 | 27,3 | 15 046 | 28,9 | 1 209,9 | 29,9 |
| Ontario | 1 292 | 44,2 | 27 163 | 52,1 | 2 134,4 | 52,7 |
| Prairies | 414 | 14,2 | 5 746 | 11,0 | 409,8 | 10,1 |
| C.-B., Yukon et T.N.-O. | 294 | 10,1 | 3 183 | 6,1 | 238,3 | 5,9 |
| TOTAL | 2 920 | 100,0 | 52 102 | 100,0 | 4 049,4 | 100,0 |

SOURCE : Catalogue n° 36-203 de Statistique Canada.

### 3.3 Spécialisation

La plupart des entreprises d'imprimerie fabriquent une grande variété d'imprimés. Quelques usines seulement se spécialisent dans certains genres de produits ou pour certains clients. Ce type de production domine parmi les imprimeurs de formulaires commerciaux et de cartes de souhaits. L'" imprimerie immédiate " constitue un exemple de spécialisation par client, en répondant à un segment du marché qui demande une livraison rapide de petites commandes avec des exigences minimales de qualité.

### 3.4 Propriété et contrôle

Les entreprises de cette industrie, souvent familiales, appartiennent principalement à des Canadiens. Environ 4 p. 100 des sociétés sont régies par des intérêts étrangers, surtout des États-Unis. Ces firmes sont en général plus grandes que la moyenne et, ensemble, elles représentent environ 15 p. 100 de la production de l'industrie. Cette situation est favorable par rapport à l'ensemble du secteur manufacturier canadien, où la moitié de toutes les expéditions proviennent d'entreprises dirigées par des intérêts étrangers. Le segment des cartes de souhaits est celui où il y a le plus de propriétaires non résidants. Le degré d'autonomie locale sur le plan de la prise de décision dans les filiales varie d'une société à l'autre. Cependant, règle générale, les entreprises se limitent à une vocation nationale. De même, un certain nombre de propriétaires canadiens d'imprimerie investissent à l'étranger, surtout aux États-Unis, et les entreprises canadiennes ne procéderaient ordinairement pas à des exportations dans des marchés desservis par leurs filiales.

3.5 Contexte international

Aux fins de ce document, nous avons limité la comparaison internationale aux États-Unis, parce que les conditions commerciales, les préférences des consommateurs et les cultures se ressemblent. En outre, dans le domaine de l'imprimerie commerciale, les États-Unis constituent de loin le partenaire le plus important du Canada.

Selon les statistiques préliminaires fournies par le Département du commerce des États-Unis, l'industrie américaine de l'imprimerie commerciale[1] employait 622 500 personnes en 1985, et les expéditions s'élevaient à 47 milliards de dollars US. On estime à 31 500 le nombre d'établissements. En 1985, les expéditions d'imprimés par habitant atteignaient 196,99 $ US aux États-Unis, par rapport à 169,27 $ CAN (123,55 $ US) au Canada. Il y avait 132 établissements par million d'habitants aux États-Unis, contre 118 au Canada.

Les caractéristiques structurales de l'industrie de l'imprimerie commerciale américaine diffèrent peu de celles de l'industrie du Canada. Par exemple, les usines comptant moins de 20 personnes constituaient 82,6 p. 100 de toutes les imprimeries commerciales américaines en 1982[2], 24,2 p. 100 de l'emploi total et 17,7 p. 100 de toutes les expéditions. La production est concentrée en Californie (9,9 p. 100 des expéditions de l'industrie), dans l'Illinois (9,8 p. 100), dans l'État de New York (8,8 p. 100), en Pennsylvanie (6,3 p. 100) et dans l'Ohio (5,3 p. 100). Les installations de production ont de plus en plus tendance à se situer dans le sud des États-Unis afin de répondre aux demandes supérieures à la moyenne de la population et de l'activité générale commerciale des États du Sud et de l'Ouest. En dernier lieu, l'industrie américaine appartient principalement à des résidants de ce pays. Depuis quelques années, certaines grandes sociétés d'imprimerie commerciale canadiennes ont acheté des entreprises américaines d'imprimerie.

---

Nota : 1 Classée dans la catégorie CTI 2732 (impression de livres), 2751 (imprimerie commerciale, typographie), 2752 (imprimerie commerciale, lithographie), 2754 (imprimerie commerciale, héliogravure), 2761 (formulaires commerciaux divers) et 2771 (cartes de souhaits).

2 Année la plus récente pour laquelle des données précises sont disponibles.

## 4. Structures du marché national

### 4.1 Étendue du marché

Avec un taux de croissance annuelle moyen de 12,3 p. 100, traduisant des conditions généralement favorables, le marché canadien apparent des imprimés commerciaux est passé de 1,3 milliard de dollars en 1974 à 4,6 milliards de dollars en 1985. On ne peut obtenir la croissance en termes réels (c'est-à-dire en dollars constants) en raison de l'absence d'indices des prix pour les imprimés commerciaux. La croissance annuelle a oscillé de son plus haut niveau (19,8 p. 100 en 1980) à son plus bas (2,8 p. 100 en 1982). Par rapport aux autres industries manufacturières, une des caractéristiques particulières de l'imprimerie commerciale est son marché segmenté en deux groupes linguistiques.

Depuis une dizaine d'années, les services d'imprimerie interne et les photocopieuses ont miné le marché potentiel de l'industrie. Par exemple, la valeur équivalente de l'imprimerie interne au Canada est estimée à 250 millions de dollars annuellement.

### 4.2 Pratiques commerciales

La majorité des clients domestiques de l'industrie sont de petites entreprises qui passent des commandes intermittentes, pour une variété d'imprimés. Dans la plupart des cas, leurs besoins sont uniques et comme le prix des commandes individuelles est assez modique en général, il est nécessaire d'offrir un bon service en termes de qualité et de livraison pour s'attirer de la clientèle. Par conséquent, l'imprimeur commercial moyen ne répond qu'à son marché local et obtient ses commandes par des contacts personnels avec les clients. Seuls les imprimeurs spécialisés font appel à des intermédiaires, comme les distributeurs ou les grossistes, pour les produits comme les formulaires commerciaux et les cartes de souhaits. On estime à 1 p. 100 du total des ventes les dépenses de l'industrie en publicité, surtout pour des circulaires ou des brochures destinées aux sociétés et pour la publicité dans des revues commerciales spécialisées, notamment le Canadian Printer & Publisher et Le Maître Imprimeur.

## 5. Commerce international

Dans les pays industrialisés, l'imprimerie commerciale répond surtout aux besoins internes, qui déterminent ainsi la nature des produits manufacturés. Pour la plupart des commandes d'imprimerie, l'acheminement des épreuves entre l'acheteur et le fournisseur doit être facile pour corriger rapidement la mise en page et le texte avant de procéder à l'impression finale. Cependant, il existe un groupe important d'imprimés pour lesquels le temps de fabrication n'est pas très important, qui se prête bien au commerce international.

## 5.1 Exportations

Comme le montre le tableau 3, les exportations canadiennes des imprimés commerciaux sont passées de 22,9 millions de dollars en 1974 à 149,2 millions de dollars en 1985[1], ce qui représente une croissance annuelle moyenne de 20,1 p. 100. Au cours de la période à l'étude, les exportations ont augmenté à un rythme plus rapide que celui des expéditions nationales, faisant passer leur part de la production totale de l'industrie de 1,9 à 3,4 p. 100. Les taux de croissance pour les expéditions d'exportation ont été particulièrement importants depuis deux ans, en raison surtout de l'effet positif de la dépréciation du dollar canadien. Les données recueillies par Statistique Canada ne sont pas suffisamment détaillées pour en tirer une évaluation significative selon les lignes de produits. Environ les ¾ de toutes les expéditions d'exportation sont classés sous la rubrique " Imprimés n.d.a ", (article général unique). Toutefois, d'après les observations de l'industrie, il semblerait qu'elles comprennent une grande variété de produits, y compris des encarts, des prospectus, des menus, des étiquettes, des billets, des annuaires et des chèques de voyage. De 1974 à 1985, la part des exportations canadiennes de produits finis non comestibles détenue par l'industrie est passée de 0,25 à 0,30 p. 100.

TABLEAU 3

EXPORTATIONS CANADIENNES PAR CATÉGORIE DE MARCHANDISES

| | 1974 (millions de $) | (%) | 1979 (millions de $) | (%) | 1985 (millions de $) | (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Cartes, cartes de souhaits et feuilles de musique | 2,8 | 12,2 | 5,4 | 11,2 | 17,2 | 11,5 |
| Imprimés publicitaires n.d.a. | 3,7 | 16,2 | 2,0 | 4,2 | 17,7 | 11,9 |
| Imprimés n.d.a. | 16,4 | 71,6 | 40,7 | 84,6 | 114,3 | 76,6 |
| TOTAL | 22,9 | 100,0 | 48,1 | 100,0 | 149,2 | 100,0 |

SOURCE : Catalogue n° 65-004, Statistique Canada.

---

Nota : 1 Les statistiques d'exportation citées dans ce rapport minimisent le niveau réel de l'orientation des exportations que suit l'industrie canadienne d'imprimerie commerciale. Pour des fins de statistiques, on attribue à l'industrie de l'édition, le commerce international du Canada pour les journaux, les revues et les livres. Toutefois, on croit qu'une partie importante des exportations canadiennes de ces biens provient de sociétés relevant de la catégorie de l'imprimerie commerciale. Il est malheureusement impossible d'évaluer ces expéditions d'exportation en ce moment-ci. D'un autre côté, on estime que le gros des importations canadiennes de journaux, de revues et de livres provient d'éditeurs étrangers.

En se rapportant au tableau 4, on constate que le commerce d'exportation du Canada dans ce domaine s'effectue surtout avec les États-Unis. La part américaine de l'ensemble des expéditions d'exportation est passé d'un taux de 75,4 p. 100 en 1977 à un taux maximum de 88,9 p. 100 en 1985. Sans pouvoir s'appuyer sur des statistiques fiables, on croit que le gros des exportations canadiennes vers les États-Unis est destiné aux États contigus à la frontière. Au sein de la Communauté économique européenne (C.E.E.), le débouché le plus important était, en 1985, le Royaume-Uni qui a absorbé 2,6 p. 100 de toutes les exportations, suivi de l'Irlande (0,5 p. 100), la France (0,5 p. 100) et la Belgique-Luxembourg (0,4 p. 100).

TABLEAU 4

EXPORTATIONS CANADIENNES PAR PAYS

| | 1974 (millions de $) | (%) | 1979 (millions de $) | (%) | 1985 (millions de $) | (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| États-Unis | 19,0 | 83,0 | 38,9 | 80,9 | 132,7 | 88,9 |
| C.E.E. [1] | 1,0 | 4,4 | 4,1 | 8,5 | 6,9 | 4,6 |
| Asie | 0,3 | 1,1 | 0,6 | 1,2 | 1,5 | 1,0 |
| Autres | 2,6 | 11,4 | 4,5 | 9,4 | 8,1 | 5,4 |
| TOTAL | 22,9 | 100,0 | 48,1 | 100,0 | 149,2 | 100,0 |

SOURCE : Catalogue n° 65-004 de Statistique Canada.

Nota : [1] La Belgique, le Danemark, la France, l'Allemagne de l'Ouest, la Grèce, l'Irlande, l'Italie, le Luxembourg, les Pays-Bas et le Royaume-Uni.

On estime que la majeure partie des imprimés canadiens envoyés aux États-Unis provient de quelques imprimeurs importants. Dans ce groupe on classerait des firmes telles que Maclean Hunter, Southam Printing et Ronalds-Federated. Une partie importante des exportations provient des usines situées au centre du Canada; toutefois, d'autres régions du Canada possèdent aussi des exportateurs actifs, notamment la Lunenberg County Print en Nouvelle-Écosse, la Barnes-Hopkins au Nouveau-Brunswick, la Public Press au Manitoba, la Mercury Graphics en Saskatchewan et l'Agency Press en Colombie-Britannique. La plupart des marchandises vendues aux États-Unis sont envoyées par camions. Un nombre restreint d'exportateurs canadiens ont des bureaux de vente aux États-Unis, alors que d'autres desservent leur marché par des visites régulières de leurs vendeurs canadiens. D'autres encore passent par des courtiers américains en imprimerie. En dernier lieu, il faudrait signaler la création d'un consortium canadien d'exportation en 1984, en vue de conquérir le marché américain, à savoir, le Montréal Creative Consortium, ayant actuellement une quarantaine de membres parmi les sociétés et les particuliers.

## 5.2 Importations

Le tableau 5 illustre l'augmentation des importations d'imprimés commerciaux au Canada, de 102,2 millions de dollars en 1974 à 335,5 millions de dollars en 1985, soit un taux de croissance annuelle moyen de 11,7 p. 100. Les importations ont augmenté à un rythme plus lent que celui de la production nationale, et leur part du marché apparent canadien est passée de 7,9 à 7,4 p. 100. Dans l'ensemble, le déséquilibre commercial du Canada s'est accru, passant de 79,3 millions de dollars à 186,3 millions de dollars entre 1974 et 1985. Toutefois, la part de l'industrie des importations canadiennes pour les produits finis non comestibles est tombée, passant de 0,56 à 0,47 p. 100. On ne peut procéder à une évaluation significative des importations selon les lignes de produits, parce que 61,1 p. 100 des marchandises importées en 1985 étaient classées sous deux rubriques générales, soit les imprimés publicitaires n.d.a. et les imprimés n.d.a. Elles représentaient, dans plusieurs cas, des expéditions qui faisaient partie d'un tirage beaucoup plus important, et dont la plus grande partie fut consommée dans le marché domestique de l'exportateur. Dans ce groupe, les importations des sociétés contrôlées par des Américains domineraient, et ce, dans tous les segments de l'économie canadienne, parce qu'elles satisfont leurs besoins en imprimés auprès de leur société-mère.

TABLEAU 5
IMPORTATIONS DU CANADA PAR CATÉGORIE DE MARCHANDISES

| | 1974 | | 1979 | | 1985 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | (millions de $) | (%) | (millions de $) | (%) | (millions de $) | (%) |
| Globes géographiques, etc. | 0,5 | 0,5 | 1,0 | 0,5 | 1,8 | 0,5 |
| Graphiques et cartes | 1,7 | 1,7 | 1,9 | 1,0 | 3,4 | 1,0 |
| Photographies | 3,0 | 2,9 | 2,6 | 1,3 | 5,4 | 1,6 |
| Cartes de souhaits | 3,5 | 3,4 | 6,1 | 3,1 | 15,2 | 4,5 |
| Cartes postales illustrées | 0,3 | 0,3 | 0,6 | 0,3 | 0,9 | 0,3 |
| Reproductions de peinture n.d.a. | 4,0 | 3,9 | 7,9 | 4,0 | 10,8 | 3,2 |
| Musique imprimée | 4,5 | 4,4 | 8,7 | 4,4 | 7,5 | 2,2 |
| Livres d'images pour enfants | 1,7 | 1,7 | 5,3 | 2,7 | 17,6 | 5,2 |
| Étiquettes et emballages en papier | 5,4 | 5,3 | 13,6 | 6,8 | 23,9 | 7,1 |
| Impressions sur bleus, plans, dessins | 16,3 | 15,9 | 13,0 | 6,5 | 20,3 | 6,1 |
| Décalcomanies | 3,1 | 3,0 | 10,7 | 5,4 | 10,5 | 3,1 |
| Cartes à jouer, en paquets | 1,0 | 1,0 | 1,5 | 0,8 | 1,7 | 0,5 |
| Cartes à jouer, en feuilles | 0,9 | 0,9 | 2,3 | 1,2 | 1,4 | 0,4 |
| Patrons de papier imprimés | 2,8 | 2,7 | 4,1 | 2,1 | 6,0 | 1,8 |
| Documentation touristique | 1,1 | 1,1 | 3,0 | 1,5 | 4,0 | 1,2 |
| Imprimés publicitaires n.d.a. | 24,8 | 24,3 | 37,4 | 18,7 | 61,0 | 18,2 |
| Imprimés n.d.a. | 27,6 | 27,0 | 80,2 | 40,1 | 144,0 | 42,9 |
| TOTAL | 102,2 | 100,0 | 199,9 | 100,0 | 335,5 | 100,0 |

SOURCE : Catalogue n° 65-007 de Statistique Canada.

Les États-Unis constituent de loin le plus important fournisseur d'imprimés commerciaux pour le Canada, comme l'illustre le tableau 6. La part américaine de toutes les importations a baissé, passant de 89,1 p. 100 en 1976 à 81,3 p. 100 en 1983. En 1985, cette part dominait toutes les catégories énumérées au tableau 5. Au sein de la C.E.E., le Royaume-Uni constituait la plus importante source en 1985, fournissant 3,8 p. 100 des importations, suivie de la France (2,0 p. 100), de l'Allemagne de l'Ouest (1,6 p. 100) et de l'Italie (1,3 p. 100).

TABLEAU 6
IMPORTATIONS CANADIENNES PAR PAYS

| | 1974 (millions de $) | 1974 (%) | 1979 (millions de $) | 1979 (%) | 1985 (millions de $) | 1985 (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| États-Unis | 89,0 | 87,1 | 170,8 | 85,4 | 276,6 | 82,4 |
| C.E.E [1] | 8,5 | 8,3 | 18,8 | 9,4 | 36,8 | 11,0 |
| Asie | 3,0 | 3,0 | 7,7 | 3,9 | 15,8 | 4,7 |
| Autres | 1,7 | 1,7 | 2,6 | 1,3 | 6,3 | 1,9 |
| TOTAL | 102,2 | 100,0 | 199,9 | 100,0 | 335,5 | 100,0 |

SOURCE : Catalogue n° 65-007 de Statistique Canada.

Nota : [1] La Belgique, le Danemark, la France, l'Allemagne de l'Ouest, la Grèce, l'Irlande, l'Italie, le Luxembourg, les Pays-Bas et le Royaume-Uni.

## 5.3 Comparaisons entre le Canada et les États-Unis

Comme le montre le tableau 7, l'industrie des États-Unis est moins orientée vers l'exportation; elle approvisionne toutefois une part plus importante de son marché intérieur que ne le fait l'industrie canadienne.

TABLEAU 7

ORIENTATION DES EXPORTATIONS ET INFILTRATION DES IMPORTATIONS

| | Canada | États-Unis |
|---|---|---|
| Exportations en % des livraisons | | |
| 1974 | 1,9 | 0,8 |
| 1979 | 2,2 | 0,9 |
| 1985 | 3,4 | 0,6 |
| Importations en % du marché intérieur | | |
| 1974 | 7,9 | 0,5 |
| 1979 | 8,4 | 0,7 |
| 1985 | 7,4 | 0,9 |

SOURCE : Statistique Canada et le Département du commerce des États-Unis - Bureau of the Census.

En 1985, les exportations d'imprimés commerciaux des États-Unis ont atteint 298,6 millions de dollars US. Près de la moitié d'entre elles se classaient selon deux catégories générales, soit les imprimés nda[1] (35,8 p. 100) et les imprimés publicitaires nda[1] (12,9 p. 100). Les autres lignes de produits dominantes étaient les plans et dessins (17,4 p. 100) et les étiquettes (11 p. 100). Le principal débouché pour l'industrie d'imprimerie commerciale américaine était le Canada, lequel a absorbé 24,9 p. 100 de toutes les exportations américaines, suivi par le Royaume-Uni (10,9 p. 100), le Japon (6,7 p. 100) et l'Australie (5,4 p. 100). Au cours de cette même année, les importations aux États-Unis se sont élevées à 400,4 millions de dollars US, dont 27,9 p. 100 se classaient sous la rubrique des articles généraux. D'autres lignes de produit dominantes étaient les catalogues (21,4 p. 100), les calendriers (7,2 p. 100) et les décalcomanies (6,1 p. 100). Le Canada représentait la principale source d'approvisionnements (31,3 p. 100) de toutes les importations aux États-Unis, suivi du Japon (13,8 p. 100), de l'Allemagne de l'Ouest (10,8 p. 100) et du Royaume-Uni (10,2 p. 100).

## 6. Obstacles au commerce

### 6.1 Tarifs

On classe les importations d'imprimés commerciaux au Canada d'après environ 200 numéros tarifaires différents. L'annexe A énumère les principaux numéros, ainsi que leurs taux de douane pour les nations les plus favorisées (NPF).

En réaction à la surtaxe américaine imposée sur les bardeaux importés du Canada, notre pays a remis en vigueur, le 6 juin 1986, le taux de douane des NPF de 10 p. 100 sur les périodiques de langue anglaise, publiés moins de quatre fois l'an et sur les livres (sauf ceux destinés aux maisons d'enseignement et aux bibliothèques, et ceux de nature religieuse). Les journaux, périodiques et livres publiés dans toute autre langue que l'anglais, et autres imprimés qui se rapportent à des produits ou des services étrangers, pour des fins d'éducation ou de religion, continuent toutefois à entrer au Canada en franchise. Lorsqu'il y a lieu, les taux de NPF canadiens en 1986, s'échelonnent de 7,2 p. 100 pour les albums de philatélie à 29,5 p. 100 sur des catalogues publicitaires. En 1985, les droits de douane recueillis ont atteint 21,3 millions de dollars, soit 6,3 p. 100 de la valeur totale des importations. Comme le montre le tableau 8, près de 60 p. 100 de toutes les importations sont entrées en franchise de douane au Canada au cours de cette année.

---

Nota : [1] Non dénommé ailleurs

TABLEAU 8

IMPORTATIONS DU CANADA SELON LE NIVEAU DES TARIFS DOUANIERS, 1985

| Tarif douanier applicable (%) | Importations (millions de $) | (%) |
|---|---|---|
| En franchise | 191,5 | 57,1 |
| 0,1 à 4,9 | 0 | 0 |
| 5,0 à 9,9 | 1,8 | 0,5 |
| 10 ou plus | 142,2 | 42,4 |
| TOTAL | 335,5 | 100,0 |

SOURCE : Données inédites fournies par Statistique Canada.

Les principaux numéros tarifaires des États-Unis sont énumérés dans l'annexe B, ainsi que leurs tarifs douaniers. D'une manière générale, ces taux sont considérablement inférieurs à ceux exigés au Canada. Si l'on établit une comparaison, les taux tarifaires de la C.E.E. se situeraient en général entre ceux du Canada et ceux des États-Unis. Les droits perçus par les douanes américaines sur les importations d'imprimés commerciaux ont atteint 6,1 millions de dollars US en 1985, ne constituant ainsi que 1,5 p. 100 de la valeur totale des importations. Comme le montre le tableau 9, environ le 1/3 de toutes les importations aux États-Unis ont été exemptées de douane; cependant, la plupart des importations restantes ont été assujetties à un tarif inférieur à 5 p. 100.

TABLEAU 9

IMPORTATIONS AUX ÉTATS-UNIS SELON LE NIVEAU DES TARIFS DOUANIERS, 1985

| Tarif douanier applicable (%) | Importations (millions de $) | (%) |
|---|---|---|
| En franchise | 127,3 | 31,7 |
| 0,1 à 4,9 | 217,1 | 54,2 |
| 5,0 à 9,9 | 56,0 | 14,0 |
| 10 ou plus | 0 | 0 |
| TOTAL | 400,4 | 100,0 |

SOURCE : Catalogue FT 246 du Département du commerce des États-Unis.

## 6.2 Obstacles non tarifaires

Les principaux obstacles non tarifaires au Canada qui ont offert, directement ou non, une mesure de protection ou d'aide à l'industrie nationale de l'imprimerie commerciale sont les achats du gouvernement et les programmes d'édition.

En 1985-1986, le gouvernement fédéral a acheté pour 126 millions de dollars d'imprimés. De plus, on estime à 100 millions de dollars les achats combinés des gouvernements provinciaux et municipaux au Canada. Les achats des gouvernements constituent, ainsi, près de 5 p. 100 des livraisons de l'industrie d'imprimerie. Le gouvernement du Canada a comme politique officielle de ne solliciter des offres qu'auprès d'imprimeurs canadiens, alors que la plupart des provinces et des municipalités accordent un traitement préférentiel à leurs fournisseurs locaux, par des mesures officielles ou non. L'imprimerie n'est pas une activité couverte par le code du GATT sur les achats gouvernementaux.

Depuis les 10 dernières années, le gouvernement fédéral, principalement par le biais du ministère des Communications et de ses organismes connexes, et plusieurs gouvernements provinciaux, notamment celui du Québec et celui de l'Ontario, ont introduit des mesures spéciales d'encouragement en vue d'aider et de protéger les industries de l'édition de livres et de périodiques. Ces mesures exigent ordinairement que les éditeurs répondent à leurs besoins d'imprimerie au Canada et elles pourraient ainsi constituer des obstacles non tarifaires. Environ 13 p. 100 des livraisons de l'industrie de l'imprimerie commerciale se rapportaient, en 1985, à l'imprimerie de périodiques et de livres pour des éditeurs.

Aux États-Unis, une interdiction sur l'importation de billets de loterie (article 305, " Immoral Articles ", du " Tariff Act ") et des pratiques d'achat gouvernemental préférentielles constituent les principaux obstacles non tarifaires touchant les exportations canadiennes d'imprimés commerciaux. Comme au Canada, tous les paliers des gouvernements américains ont adopté des politiques en matière d'achat qui accordent un traitement préférentiel aux fournisseurs locaux.

Au palier fédéral, ces politiques datent de 1933, année où la loi intitulée Buy American Act fut promulguée. Selon cette loi, les achats du gouvernement fédéral pour usage interne doivent se limiter aux produits nationaux, sauf si l'achat de tels produits est " contraire à l'intérêt du public ", si leurs coûts paraissent " déraisonnables ", ou si ces produits ne sont pas disponibles aux États-Unis en quantité et en qualité suffisantes ou pour une période donnée. Ces exigences s'appliquent aux ententes qui ne relèvent pas du code du GATT sur les achats gouvernementaux. Le décret présidentiel n° 2954 définit l'expression " coûts déraisonnables ", comme étant un écart de prix de 6 p. 100 qui s'applique aux coûts de transport et au droit douanier applicable. Cependant, cet écart s'élève à 12 p. 100 lorsque l'acquéreur est une petite entreprise américaine, une entreprise

minoritaire ou une firme située dans une zone où l'excédent de la main-d'oeuvre est élevé. De plus, certains contrats sont réservés exclusivement à de telles entreprises.

Aux fins du Buy American Act, les préoccupations des petites entreprises et les zones de main-d'oeuvre excédentaire sont définies selon des normes publiées par l'Administration des petites entreprises et le Département du travail, respectivement. D'une manière générale, on définit une petite entreprise comme une société dont la propriété et l'exploitation sont indépendants, qui ne domine pas le domaine dans lequel elle oeuvre, et qui emploie moins de 500 personnes.

La plupart des États américains disposent de politiques ou de lois préférentielles. Il peut s'agir d'une préférence nominale, de prix avantageux offerts pour les produits américains ou d'une interdiction d'acheter des biens à l'extérieur. Les politiques d'État ne revêtent pas toutes nécessairement une forme légale; certaines prennent parfois la forme d'attitude et de préférence d'achat.

Jusqu'en 1978, les imprimeurs commerciaux canadiens ne pouvaient s'infiltrer dans le marché américain en raison d'une clause manufacturière de la loi américaine intitulée Copyright Law (loi du droit d'auteur). Cette clause stipule essentiellement que les ouvrages littéraires non dramatiques écrits en anglais, par des citoyens ou résidants américains, doivent être produits aux États-Unis afin d'obtenir une protection des droits d'auteur. Cette clause et la crainte de son application ont empêché les imprimeurs canadiens de proposer des tarifs aux clients américains pour plusieurs catégories d'ouvrages. Après révision générale de la Copyright Law en 1976, le gouvernement américain décidait en premier lieu d'abroger la clause manufacturière le 1er juillet 1986 et, en second lieu, d'exempter le Canada de l'application de cette clause à compter du 1er janvier 1978. En échange, les États-Unis voulaient que le Canada ratifie l'Entente de Florence (signée en 1950), un outil parrainé par l'UNESCO, qui exige de ses membres qu'ils exemptent des droits de douane une grande variété de produits éducatifs, scientifiques et culturels. Les membres devaient en outre s'engager, dans la mesure du possible, à octroyer des licences et des échanges étrangers en vue de l'importation de ces produits. Toutefois, puisque l'exemption visant le Canada ne s'inscrivait pas d'une manière permanente dans la Copyright Law, celui-ci a opté de réduire, pour un temps indéterminé, le taux de droit douanier sur les livres, pour les nations les plus favorisées, de 10 p. 100 à zéro. Cette réduction est entrée en vigueur le 30 janvier 1979. A cette époque, le livre était la principale catégorie d'imprimés couvert par l'Entente de Florence qui ne pouvaient entrer en franchise au Canada. En 1984, le comité du GATT a jugé que la clause manufacturière était en contradiction avec les obligations des États-Unis en vertu du GATT.

En novembre 1985, le Sénat des États-Unis fut saisi d'un projet de loi visant à proroger la clause manufacturière et l'exemption visant le Canada pour une période indéfinie. Un autre projet de loi fut introduit en même temps, en vue de proroger la clause en question, mais

en abrogeant le traitement de faveur dont jouissait le Canada. Ce projet offrait plutôt la possibilité d'une exemption pour les pays qui offrent aux auteurs américains une protection de leurs droits, et pour lesquels le Représentant commercial des États-Unis garantit qu'il n'existe pas d'obstacles non tarifaires d'envergure au commerce des imprimés. En outre, ce projet de loi aurait élargi le champ d'application de la clause, des " documents littéraires non dramatiques de façon prépondérante ", aux " imprimés ". Ces efforts n'ont pas réussi à prévenir l'abolition de la clause le 1er juillet, telle que prévue.

## 7. Coûts relatifs de production

### 7.1 Matières premières et énergie

On estime à près de 1,8 milliard de dollars les dépenses de l'industrie de l'imprimerie commerciale canadienne en matières et en fournitures en 1985, soit 43 p. 100 de la valeur des livraisons, comparativement à une moyenne d'environ 59 p. 100 pour l'ensemble des industries manufacturières. Les principales matières utilisées étaient le papier fin (environ 525 millions de dollars), le papier d'édition/impression (275 millions de dollars), le papier journal (215 millions de dollars) et les encres d'imprimerie (95 millions de dollars). La plupart de ces matières sont produites au Canada. Depuis quelques années, l'industrie n'a connu aucune difficulté importante sur le plan de l'approvisionnement ou des délais. Les approvisionnements de certaines qualités et grandeurs de papier canadien ont parfois été justes, forcant l'industrie de l'imprimerie commerciale à importer pour une partie de ses besoins.

Le tableau 10 donne les indices du prix de vente pour les principales matières employées. Comme on le constate, l'indice des prix pour le papier journal a augmenté à un rythme beaucoup plus rapide que celui de tous les produits fabriqués au cours des dix dernières années. Comme il est courant dans une situation d'oligopole, l'industrie du papier journal suit, au Canada, la pratique du " meneur de prix ". Règle générale, les grandes sociétés annoncent des prix de contrat et ces derniers ont alors cours dans la région. Plus récemment, de 1980 à 1985, l'indice du papier journal s'est accru à un taux annuel moyen de 7,4 p. 100, comparativement à 5,2 p. 100 pour le papier d'édition/d'impression, 5,1 p. 100 pour le papier fin, 2,2 p. 100 pour les encres d'imprimerie et 5,3 p. 100 pour tous les biens manufacturés.

TABLEAU 10

INDICE DES PRIX DE VENTE DE L'INDUSTRIE

| | Papier journal[1] | Papier d'édition impression[2] | Papier fin | Encres d'imprimerie | Tous les biens manufacturés |
|---|---|---|---|---|---|
| | | (1971 = 100) | | | |
| 1974 | 135,8 | 154,2 | 152,4 | 124,7 | 138,1 |
| 1979 | 224,4 | 221,2 | 197,7 | 167,9 | 217,9 |
| 1980 | 257,9 | 245,9 | 219,0 | 181,9 | 247,2 |
| 1981 | 290,1 | 273,7 | 242,1 | 195,9 | 272,4 |
| 1982 | 316,5 | 286,6 | 256,4 | 208,6 | 288,8 |
| 1983 | 303,6 | 291,6 | 257,6 | 209,5 | 298,8 |
| 1984 | 333,5 | 307,6 | 277,5 | 202,3 | 310,9 |
| 1985 | 366,3 | 311,2 | 279,7 | 201,9 | 319,2 |

SOURCE : Catalogue n° 62-011 de Statistique Canada.

Nota : 1 Blanc, en rouleaux pour le marché intérieur.

2 Comprenant moins de 50 p. 100 de pâte mécanique.

L'industrie de l'imprimerie commerciale est un petit consommateur d'énergie. En pourcentage de la valeur des livraisons, on estimait ses coûts de combustibles et d'électricité à 1 p. 100 en 1985, comparativement à environ 3 % pour toutes les industries manufacturières. En termes de coûts d'énergie, l'imprimerie commerciale est aussi touchée indirectement par les achats d'encres d'imprimerie (un produit dérivé du pétrole) et du papier. Quant à l'industrie du papier, elle se classe parmi les plus grands consommateurs d'énergie au sein des industries manufacturières.

## 7.2 Emploi

En 1985, les salaires constituaient environ 25 p. 100 de la valeur des livraisons de l'industrie de l'imprimerie par rapport à environ 12 p. 100 pour l'ensemble du secteur manufacturier. Par le passé, l'industrie de l'imprimerie commerciale offrait une structure salariale un peu plus élevée que tout le secteur manufacturier, comme le montre le tableau 11.

Comme c'est le cas dans la plupart des industries manufacturières, les salaires sont généralement plus élevés dans les régions urbaines que dans les régions rurales; les salaires sont meilleurs dans le centre du Canada et en Colombie-Britannique que dans les Maritimes et dans les provinces des Prairies.

TABLEAU 11

MOYENNES ANNUELLES DES SALAIRES HORAIRES

| | Imprimerie commerciale (IC) ($) | Tout le secteur manufacturier(SM) ($) | IC/SM (%) |
|---|---|---|---|
| 1974 | 4,47 | 4,29 | 104,2 |
| 1979 | 7,45 | 7,19 | 103,6 |
| 1980 | 8,25 | 7,97 | 103,5 |
| 1981 | 9,24 | 8,90 | 103,8 |
| 1982 | 9,99 | 9,83 | 101,6 |
| 1983 | 10,92 | 10,49 | 104,1 |
| 1984 | 11,50 | 10,95 | 105,0 |
| 1985 | 11,85 [1] | 11,59 | 102,2 |

SOURCE : Catalogues n$^{os}$ 31-203 et 36-203 de Statistique Canada et estimations de la division.

Nota : [1] Données approximatives.

Les employés de la production et des postes connexes représentaient environ 75 p. 100 de l'emploi total dans l'industrie de l'imprimerie commerciale, en 1985, comparativement à environ 72 p. 100 pour l'ensemble des industries manufacturières. Environ 30 p. 100 des emplois dans l'imprimerie commerciale sont occupés par des femmes, soit 5 p. 100 de plus que la moyenne du secteur manufacturier. Les opérations manufacturières dans cette industrie ne donnent pas lieu à des problèmes sérieux de pollution ou de santé.

Il y a eu des changements de profession dans le marché du travail de l'industrie de l'imprimerie commerciale au cours des dix dernières années. A un moment donné, l'industrie utilisait des processus manufacturiers demandant beaucoup de main-d'oeuvre, ce qui nécessitait des ouvriers hautement qualifiés. L'évolution technologique rapide a, toutefois, amené de grands progrès au chapitre de la mécanisation du matériel dans l'imprimerie commerciale, ce qui a réduit l'emploi de ces ouvriers, en faveur de techniciens moins qualifiés.

Environ le 1/3 des ouvriers dans l'industrie sont syndiqués. La plupart des grandes entreprises ont un syndicat, tandis que les petites entreprises en sont souvent dépourvues. Il existe habituellement un système d'apprentissage, et la distinction entre les divers corps de métier représentés par des syndicats est maintenue, au même titre que les privilèges d'ancienneté. Le pourcentage d'ouvriers membres d'un syndicat international, dont le siège social se trouve aux États-Unis, est assez important. En général, l'industrie n'a pas subi de grèves et d'autres formes de luttes ouvrières, ce qui prouve que les conditions de travail demeurent au-dessus de la moyenne dans la plupart des établissements. La meilleure manière d'acquérir les compétences du métier reste la formation en cours d'emploi, que fournissent la direction, les syndicats et les fournisseurs de machines et de matériels. En outre, plusieurs écoles techniques, collèges communautaires et universités au Canada offrent des cours sur divers aspects de l'imprimerie.

Depuis quelques années, la disponibilité de la main-d'oeuvre n'a pas constitué un problème majeur pour l'industrie. Il y a eu un taux de roulement assez élevé pour certains emplois moins spécialisés et les entreprises situées dans de petites collectivités ont éprouvé certaines difficultés à garder leurs employés qualifiés, car ces derniers préféraient se joindre à des firmes établies dans les grands centres, où les salaires sont meilleurs; en général toutefois, l'industrie attire suffisamment d'employés ayant les compétences voulues.

Ne disposant pas de statistiques fiables à l'appui, nous croyons cependant que le traitement moyen des gestionnaires dans l'industrie de l'imprimerie commerciale est comparable à la moyenne salariale offerte dans l'ensemble du secteur manufacturier. Règle générale, le niveau de perfectionnement des cadres augmente, comme dans la plupart des industries, selon la dimension de l'entreprise. Dans bien des cas, les grandes sociétés sont gérées par des professionnels très instruits, qui adoptent des systèmes de gestion efficaces. Dans les petites entreprises, presque toutes les décisions sont prises par une ou deux personnes qui sont, habituellement, les propriétaires. Ces propriétaires sont souvent des entrepreneurs ayant une expérience dans la production ou la vente directe, mais peu d'expérience dans d'autres domaines. Par conséquent, les décisions de gestion sont souvent fondées sur leur intuition. La grandeur de ces entreprises limite l'importance du maintien efficace ou la justification financière d'un groupe de gestion spécialisée.

Au point de vue de la gestion, l'industrie canadienne est considérablement bien organisée, grâce à l'Association des industries graphiques. Cette dernière compte 697 sociétés actives qui produisent environ 75 p. 100 des livraisons de l'industrie. Celle-ci représente bien l'industrie, tant sur le plan de la dimension des entreprises que sur celui de leur emplacement géographique. Au cours des années, l'Association a joué un rôle important pour encourager la croissance du nombre de ses membres et pour porter les problèmes et opinions de ces derniers à l'attention des gouvernements du Canada. Elle s'intéresse

plus particulièrement au perfectionnement d'une main-d'oeuvre compétente, dynamique et bien formée, surtout sur le plan de la gestion. Elle offre une grande variété de séminaires et de publications éducatifs, dans ses propres installations ou dans celles de sa contrepartie aux États-Unis. En outre, elle offre des bourses aux personnes intéressées à poursuivre des études collégiales ou universitaires en arts graphiques. En date du mois de juin 1985, environ 165 bourses d'étude ont été octroyées depuis le début du programme. En 1982, elle concluait une Entente sur la planification des ressources humaines avec le ministère de l'Emploi et Immigration, visant à développer et à mettre en application des mesures pour garantir une source suffisante de main-d'oeuvre. En conséquence, elle a mis en place des comités consultatifs locaux afin que les membres puissent étudier les questions d'emploi local avec les représentants du gouvernement.

## 7.3 Productivité de la main-d'oeuvre

L'industrie de l'imprimerie commerciale emploie un nombre relativement élevé d'ouvriers. En 1984, dernière année pour laquelle nous possédons des statistiques fiables, les traitements constituaient 38,7 p. 100 de la valeur ajoutée de l'activité manufacturière, soit 7 p. 100 de plus que la moyenne pour l'ensemble des industries manufacturières. La productivité de la main-d'oeuvre dans cette industrie est plutôt basse par rapport au secteur manufacturier, comme le montre le tableau 12. Ceci révèle qu'un pourcentage important de la production comprend des produits faits sur commande, que le volume des commandes individuelles est assez restreint et que l'on passe souvent d'une machine à l'autre. En fin de compte, dans certains sous-secteurs de l'imprimerie commerciale, le processus manufacturier employé est essentiellement un processus discontinu, suivant des étapes distinctes.

TABLEAU 12

VALEUR AJOUTÉE DU SECTEUR MANUFACTURIER PAR HEURES-PERSONNES PAYÉES

| | Imprimerie commerciale (IC) ($) | Tout le secteur manufacturier (SM) ($) | IC/SM (%) |
|---|---|---|---|
| 1974 | 10,99 | 12,93 | 85,0 |
| 1979 | 17,75 | 21,39 | 83,0 |
| 1980 | 19,77 | 23,69 | 83,5 |
| 1981 | 22,40 | 26,81 | 83,6 |
| 1982 | 23,91 | 28,04 | 85,3 |
| 1983 | 25,84 | 31,35 | 82,4 |
| 1984 | 29,69 | 34,33 | 86,5 |

SOURCE : Catalogues n$^{os}$ 31-203 et 36-203 de Statistique Canada.

## 7.4 Transport

Le transport ne représente pas une dépense importante dans cette industrie. L'imprimeur moyen ne dessert qu'un marché local, et en plus, la majorité des imprimés commerciaux se transportent facilement. Environ le ¼ de la production de l'industrie est distribué par la poste. Par conséquent, les changements dans la réglementation et les tarifs postaux ainsi que les perturbations du service postal touchent surtout les sous-secteurs des cartes de souhaits et de l'impression des périodiques.

## 7.5 Comparaisons entre le Canada et les États-Unis

Il est difficile de présenter des comparaisons détaillées des structures de coût pour cette industrie, étant donné que les données recueillies par Statistique Canada et les organismes américains semblables ne sont pas directement comparables en ce qui concerne plusieurs facteurs ou éléments, ou sont insuffisamment détaillées pour en faire une analyse appropriée.

### 7.5.1 Dimensions des usines et des entreprises

Comme au Canada, l'industrie de l'imprimerie commerciale américaine se caractérise par une multitude de petits établissements. Toutefois, les grandes usines aux États-Unis, soit celles qui emploient 500 personnes ou plus, forment en comparaison une partie beaucoup plus importante des livraisons de leur industrie, tel que le montre le tableau 13.

TABLEAU 13
DISTRIBUTION DE L'INDUSTRIE SELON LA DIMENSION DE L'ÉTABLISSEMENT 1982[1]
EFFECTIFS

| | Moins de 20 | De 20 à 49 | De 50 à 99 | De 100 à 499 | 500 ou plus |
|---|---|---|---|---|---|
| Établissement (%) | | | | | |
| - Canada | 81,5 | 11,4 | 3,9 | 3,1 | 0,2 |
| - États-Unis | 82,7 | 10,4 | 3,9 | 2,7 | 0,3 |
| Emploi total (%) | | | | | |
| - Canada | 26,2 | 18,1 | 14,4 | 30,4 | 10,9 |
| - États-Unis | 24,2 | 17,5 | 14,9 | 28,9 | 14,5 |
| Livraisons (%) | | | | | |
| - Canada | 20,2 | 17,7 | 15,5 | 39,3 | 7,5 |
| - États-Unis | 17,7 | 15,0 | 15,5 | 34,6 | 17,2 |

SOURCE : Catalogue n° 31-402 de Statistique Canada et catalogue n° MC82-1-27A/B/C du Département du commerce des États-Unis.

Nota : [1] Année la plus récente pour laquelle nous disposons de statistiques américaines.

Sur le plan de l'entreprise, les Américains devancent toutes les sociétés canadiennes, sauf la Moore, comme le souligne le tableau 14. La société Moore, multinationale canadienne, exploite environ 130 usines installées dans 38 pays. Les usines Moore au Canada représentaient le 1/10 du total des ventes de la société en 1985, comparativement à environ 70 p. 100 pour les usines américaines.

TABLEAU 14

VENTES D'IMPRIMÉS COMMERCIAUX PAR SOCIÉTÉS - 1985

| Entreprises canadiennes | Millions de $ Can | Millions de $ U.S. | Entreprises américaines | Millions de $ US |
|---|---|---|---|---|
| Moore | 2 823 | 2 068 | R.R. Donnelly | 2 038 |
| Lawson Mardon | 922 | 675 | Hallmark Cards | 1 500 |
| Southam Printing | 388 | 284 | American Greeting | 1 036 |
| Ronalds Federated | 350 | 256 | Deluxe Check Printers | 764 |
| Maclean Hunter | 135 | 99 | Jefferson Smurfit | 630 |
| Quebecor | 110 | 81 | World Colour Press | 616 |
| R.L. Crain | 107 | 78 | Arcata Graphics | 485 |
| Transcontinental | 74 | 54 | Uarco | 483 |
| R.B.W. | 66 | 48 | Standards Register | 441 |
| Litho Prestige | 51 | 38 | Treasure Chest | 435 |

SOURCE : Enquête sur les industries du Financial Post, Manuels industriels de la Moody et rapport annuel des sociétés.

Même si l'industrie canadienne est moins favorisée sur le plan de la dimension des usines et des sociétés, ces dernières sont plus concentrées que celles des États-Unis, comme l'indique le tableau 15.

TABLEAU 15

POURCENTAGE DES LIVRAISONS DE L'INDUSTRIE CALCULÉES POUR LES ENTREPRISES LES PLUS IMPORTANTES

| | CANADA | | | | ÉTATS-UNIS | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Nombre d'entreprises | 1970 | 1972 | 1977 | 1982 | 1970 | 1972 | 1977 | 1982 |
| 4 | 17,1 | 19,5 | 20,0 | 17,9 | 18,7 | 18,8 | 19,1 | n.d. |
| 8 | 25,2 | 27,9 | 29,1 | 28,1 | 25,1 | 25,5 | 25,6 | n.d. |
| 20 | 36,8 | 39,5 | 41,0 | 42,2 | n.d. | 35,1 | 35,1 | n.d. |
| 50 | 50,3 | 52,0 | 52,9 | 53,5 | n.d. | 45,2 | 44,5 | n.d. |

SOURCE : Catalogue n° 31-402 de Statistique Canada et catalogue n° MC77-SR-9 du Département du commerce des États-Unis.

### 7.5.2 Matières premières

La plupart des indices des prix de vente de l'industrie que recueille Statistique Canada et le Département du travail des États-Unis, concernant les principales matières premières consommées par les imprimeurs commerciaux, ne sont pas directement comparables. De plus, la compilation des indices de prix aux États-Unis a débuté seulement en juin 1981 pour le papier et en juin 1984 pour les encres d'imprimerie. Le tableau 16, offrant une comparaison des indices des prix canadiens et américains pour certaines qualités de papier et pour les encres d'imprimerie, sert à identifier des modèles généraux. D'une manière générale, les indices des prix se sont développés plus rapidement au Canada.

TABLEAU 16

INDICE DES PRIX DE VENTE POUR L'INDUSTRIE, POUR LE MOIS DE JUIN[1]

| | 1981 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Canada** | | | | | |
| Papier journal | 100,0 | 114,3 | 105,6 | 113,7 | 131,5 |
| Papier d'édition/d'impression | 100,0 | 103,6 | 104,8 | 112,5 | 112,6 |
| Papier fin | 100,0 | 105,0 | 104,1 | 114,9 | 114,5 |
| Encres d'imprimerie | 97,4 | 104,1 | 105,9 | 100,0 | 101,3 |
| **États-Unis** | | | | | |
| Papier journal | 100,0 | 105,8 | 99,1 | 104,3 | 110,5 |
| Papier non couché de pâte mécanique | 100,0 | 105,5 | 100,8 | 105,7 | 108,5 |
| Papier d'impression au kaolin et papier façonné | 100,0 | 105,1 | 103,9 | 116,5 | 123,3 |
| Papier d'édition, non couché, de pâte maigre | 100,0 | 101,6 | 98,8 | 108,1 | 101,9 |
| Encres d'imprimerie | n.d. | n.d. | n.d. | 100,0 | 100,5 |

SOURCE : Catalogue n° 62-011 de Statistique Canada et rapport sur les indices des prix des producteurs, du Département du Travail des États-Unis.

Nota : [1] 1981 = 100 pour les qualités de papier, et
1984 = 100 pour les encres d'imprimerie.

Selon une étude effectuée par Data Resources of Canada pour le compte du ministère de l'Expansion industrielle régionale, l'indice des prix de ventes de l'industrie canadienne était en général, pour les produits de papier utilisés par les imprimeurs commerciaux, d'environ 17 p. 100 plus élevé que celui de l'industrie américaine, en 1984. Après redressement des devises, l'indice canadien était d'environ 10 p. 100 inférieur à celui des États-Unis.

D'après les sources de l'industrie, les prix pour certaines qualités de papier fin au Canada, soit la principale matière première utilisée par l'imprimerie commerciale, seraient de 10 à 15 p. 100 de plus que ceux de qualités semblables produits aux États-Unis. Depuis ses débuts, le Canada protège l'industrie du papier fin, en exigeant des tarifs d'importation suffisamment élevés pour permettre aux fabricants de tirer profit de la production de la plupart, sinon de tous les genres de papier fin requis. Grâce à cette barrière tarifaire, l'industrie canadienne s'est développée, jusqu'à récemment, sans avoir à entrer en concurrence à l'échelle internationale.

### 7.5.3 Traitements

En termes de devises locales, les salaires horaires moyens ont augmenté à un taux annuel moyen de 9,1 p. 100 au Canada, entre 1974 et 1985, comparativement à 6,0 p. 100 aux États-Unis. Le niveau des salaires est, depuis 1976, régulièrement plus élevé au Canada, comme le montre le tableau 17. Cette situation est imputable dans une grande mesure, à des pressions inflationnistes plus fortes au Canada, et à un taux plus élevé de syndicalisation. Lorsqu'on tient compte du redressement des devises, l'industrie canadienne offre alors une structure de traitement inférieure à celle des États-Unis, sauf pour 1976.

TABLEAU 17

SALAIRES HORAIRES MOYENS

| | Canada | | É.-U. | Canada/É.-U. | |
|---|---|---|---|---|---|
| | ($ CAN) | ($ US) | (US) | Non redressés (%) | Redressés[2] (%) |
| 1974 | 4,47 | 4,57 | 5,02 | 89,0 | 91,0 |
| 1975 | 5,04 | 4,95 | 5,31 | 94,9 | 93,2 |
| 1976 | 5,68 | 5,76 | 5,58 | 101,8 | 103,2 |
| 1977 | 6,37 | 5,99 | 6,21 | 102,6 | 96,5 |
| 1978 | 6,83 | 5,99 | 6,55 | 104,3 | 91,5 |
| 1979 | 7,45 | 6,36 | 6,68 | 111,5 | 95,2 |
| 1980 | 8,25 | 7,06 | 7,20 | 114,6 | 98,1 |
| 1981 | 9,24 | 7,71 | 7,76 | 119,1 | 99,4 |
| 1982 | 9,99 | 8,09 | 8,63 | 115,8 | 93,7 |
| 1983 | 10,92 | 8,86 | 8,97 | 121,7 | 98,8 |
| 1984 | 11,50 | 8,88 | 9,23 | 124,6 | 96,2 |
| 1985 | 11,85[1] | 8,68 | 9,52 | 124,5 | 91,2 |

SOURCE : Catalogue n° 36-203 de Statistique Canada, catalogue n° MC82-1-27A/B/C du Département du commerce des États-Unis, prévisions industrielles pour 1986 des États-Unis et estimations de la division.

Nota : 1 Données approximatives.
2 Redressements en fonction des devises.

La performance canadienne sur le plan des écarts de salaires dans l'imprimerie commerciale est particulièrement mauvaise pour les établissements qui emploient entre 100 et 499 personnes, comme l'indique le tableau 18. Ces usines constituaient environ 40 p. 100 des livraisons de l'industrie, en 1982. Les établissements ayant un effectif égal ou supérieur à 500 donnaient un meilleur rendement; toutefois, en 1982, il n'y en avait que 5 au Canada dans cette catégorie, et ils ne représentaient que 7,5 p. 100 des livraisons. La majeure partie de la marchandise voyageant entre le Canada et les États-Unis provient des gros fabricants.

TABLEAU 18
SALAIRES HORAIRES MOYENS, 1982[1]

| | Canada | | É.-U. | Canada/É.-U. | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Non redressés | Redressés[2] |
| | ($ CAN) | ($ US) | ($ US) | (%) | (%) |
| Moins de 20 | 8,19 | 6,64 | 7,07 | 115,8 | 93,9 |
| De 20 à 49 | 9,91 | 8,03 | 8,14 | 121,7 | 98,7 |
| De 50 à 99 | 10,24 | 8,30 | 8,85 | 115,7 | 93,8 |
| De 100 à 499 | 11,79 | 9,55 | 9,43 | 125,0 | 101,3 |
| 500 ou plus | 9,99 | 8,10 | 9,97 | 100,2 | 81,3 |

SOURCE : Catalogue n° 36-203 de Statistique Canada et catalogue n° MC82-1-27A/B/C du Département du commerce des États-Unis.

Nota : [1] Année la plus récente pour laquelle nous disposons de statistiques précises sur l'industrie américaine.
[2] Redressements en fonction des devises.

En dernier lieu, le tableau 19 donne des statistiques salariales pour l'ensemble de l'industrie pour les provinces canadiennes et certains États américains.

TABLEAU 19
SALAIRES HORAIRES MOYENS, 1982[1]

| | $ CAN | $ US | | $ US |
|---|---|---|---|---|
| Colombie-Britannique | 11,56 | 9,37 | Illinois | 9,91 |
| Québec | 10,27 | 8,32 | Wisconsin | 9,73 |
| Alberta | 10,22 | 8,28 | Minnesota | 9,26 |
| Ontario | 9,73 | 7,88 | Californie | 9,18 |
| Saskatchewan | 9,54 | 7,73 | Michigan | 8,98 |
| Manitoba | 9,43 | 7,64 | New York | 8,86 |
| Nouveau-Brunswick | 8,52 | 6,90 | Ohio | 8,75 |
| Terre-Neuve | 8,10 | 6,56 | Massachussets | 8,21 |
| Nouvelle-Écosse | 7,35 | 5,96 | Texas | 8,05 |
| Ile-du-Prince-Édouard | 7,31 | 5,92 | Floride | 7,16 |

SOURCE : Catalogue n° 36-203 de Statistique Canada et catalogue n° MC82-1-27A/B/C du Département du commerce des États-Unis.

Nota : [1] Année la plus récente pour laquelle pour disposons de statistiques précises sur l'industrie américaine.

### 7.5.4 Productivité de la main-d'oeuvre

En excluant les effets des fluctuations du taux de change, l'industrie de l'imprimerie commerciale canadienne a été moins efficace que celle des États-Unis entre 1974 et 1982; cet écart s'est toutefois rétréci dernièrement, comme le montre le tableau 20. L'écart dans les niveaux de productivité de la main-d'oeuvre s'explique, dans une certaine mesure, par le fait que les usines plus importantes des États-Unis représentent une plus grande part de la production totale de l'industrie; elles jouissent ainsi davantage des économies d'échelle. De plus, les tirages d'impression sont plus courts au Canada en raison de la segmentation du marché intérieur en deux groupes linguistiques. Finalement, parce qu'elles jouissent d'un marché interne plus grand, plusieurs grandes sociétés d'imprimerie américaines peuvent davantage se spécialiser que les entreprises canadiennes. L'écart dans la productivité entre les industries canadiennes et américaines de l'imprimerie commerciale est beaucoup plus important lorsqu'on emploie les statistiques redressées en fonction des devises, et il s'est aggravé au cours des dernières années.

TABLEAU 20

VALEUR AJOUTÉE TOTALE PAR EMPLOYÉ

| | Canada | | É.-U. | Canada/É.-U. | |
|---|---|---|---|---|---|
| | ($ CAN) | ($ US) | ($ US) | Non redressés (%) | Redressés[2] (%) |
| 1974 | 16 412 | 16 781 | 20 260 | 81,0 | 82,8 |
| 1975 | 18 329 | 18 017 | 20 432 | 89,7 | 88,2 |
| 1976 | 19 797 | 20 076 | 22 475 | 88,1 | 89,3 |
| 1977 | 21 938 | 20 628 | 25 185 | 87,1 | 81,9 |
| 1978 | 24 156 | 21 186 | 26 771 | 90,2 | 79,1 |
| 1979 | 26 945 | 23 000 | 28 814 | 93,5 | 79,8 |
| 1980 | 29 901 | 25 578 | 30 954 | 96,6 | 82,6 |
| 1981 | 33 713 | 28 118 | 34 646 | 97,3 | 81,2 |
| 1982[1] | 35 798 | 29 007 | 37 112 | 96,5 | 78,2 |

SOURCE : Catalogue n° 36-203 de Statistique Canada et catalogue n° MC82-1-27A/B/C du Département du commerce des États-Unis.

Nota : [1] Année la plus récente pour laquelle nous disposons de statistiques précises sur l'industrie américaine.
[2] Redressements en fonction des devises.

La faiblesse dans la productivité canadienne est particulièrement visible pour les usines ayant moins de 20 employés et celles ayant 500 employés ou plus, comme le montre le tableau 21.

TABLEAU 21
VALEUR AJOUTÉE TOTALE PAR EMPLOYÉ, 1982

| | Canada ($ CAN) | Canada ($ US) | É.-U. ($ US) | Canada/É.-U. Non redressés (%) | Canada/É.-U. Redressés[1] (%) |
|---|---|---|---|---|---|
| Moins de 20 | 25 767 | 20 879 | 28 105 | 91,7 | 74,3 |
| De 20 à 49 | 36 824 | 29 839 | 32 455 | 113,5 | 91,9 |
| De 50 à 99 | 37 687 | 30 538 | 37 681 | 100,0 | 81,0 |
| De 100 à 499 | 44 792 | 36 295 | 42 135 | 106,3 | 86,1 |
| 500 ou plus | 30 553 | 24 757 | 47 113 | 64,9 | 52,6 |

SOURCE : Catalogue n° 36-203 de Statistique Canada et catalogue n° MC82-1-27A/B/C du Département du commerce des États-Unis.

Nota : [1] Redressements en fonction des devises.

7.5.5 Coût unitaire relatif de la main-d'oeuvre

Comme le souligne le tableau 22, la période de 1974 à 1982 a subi une détérioration inquiétante dans le rapport des coûts unitaires relatifs entre le Canada et les États-Unis, pour les imprimés, lorsque calculé en termes de devises locales. Toutefois, à cause de la dépréciation du dollar canadien au cours de cette même période, l'écart en termes de devises locales est moins évident après les redressements en fonction du taux de change, et en fait, le coût unitaire relatif de la main-d'oeuvre au Canada, exprimé en dollars américains, était, en 1982, inférieur à celui des États-Unis.

TABLEAU 22
COÛT UNITAIRE RELATIF DE LA MAIN-D'OEUVRE

| | Canada/É.-U. Non redressés | Canada/É.-U. Redressés[1] |
|---|---|---|
| 1974 | 1,097 | 1,121 |
| 1975 | 1,058 | 1,039 |
| 1976 | 1,157 | 1,173 |
| 1977 | 1,174 | 1,105 |
| 1978 | 1,155 | 1,012 |
| 1979 | 1,190 | 1,017 |
| 1980 | 1,185 | 1,013 |
| 1981 | 1,223 | 1,022 |
| 1982 | 1,198 | 0,970 |

SOURCE : Catalogue n° 36-203 de Statistique Canada et catalogue n° MC82-1-27A/B/C du Département du commerce des États-Unis.

Nota : [1] Redressements en fonction des devises.

### 7.5.6 Enquêtes effectuées par les associations

L'Association des industries graphiques et la Printing Industries of America aux États-Unis effectuent, tous les ans, une enquête sur la situation financière de leurs membres. Les associations se servent de questionnaires semblables. Le niveau de participation à ces enquêtes est relativement faible et, conséquemment, on ne peut considérer ces résultats comme représentatifs de l'industrie dans son ensemble. A titre d'exemple, seulement 160 sociétés ont participé à l'enquête de 1984 effectuée par l'AIG; leurs ventes totales combinées atteignaient 796,6 millions de dollars, soit seulement 1/5 de la production de l'industrie. A titre de comparaison, 901 entreprises ont répondu au questionnaire de la PIA pour 1984; leurs ventes combinées totalisaient 5,8 milliards de dollars, soit 13,4 p. 100 des livraisons de l'industrie. Les tableaux 23 à 26 donnent un état de résultats et des annexes à l'appui pour l'entreprise moyenne ayant participé à l'enquête. Bien qu'il serait dangereux d'en tirer beaucoup de conclusions, ces tableaux fournissent néanmoins une mesure de comparaison, qui a tendance à suivre les modèles décrits dans les chapitres précédents de ce rapport. Plus particulièrement, ces tableaux montrent que les coûts des matières premières et des salaires directs constituent une plus grande part du dollar de vente au Canada qu'aux États-Unis.

TABLEAU 23

ÉTAT DES RÉSULTATS, 1984

| | Canada (%) | É.-U. (%) |
|---|---|---|
| Ventes | 100,00 | 100,00 |
| Matériaux utilisés | 30,28 | 28,63 |
| Services de l'extérieur | 8,50 | 8,29 |
| Liste de paies de l'usine | 27,58 | 26,88 |
| Frais de fabrication | 11,26 | 12,78 |
| Profits bruts | 22,37 | 23,42 |
| Frais d'administration | 9,43 | 10,11 |
| Frais de vente | 8,12 | 8,20 |
| Revenu avant les dépenses d'intérêt | 4,82 | 5,11 |
| Dépenses d'intérêt | 2,17 | 1,99 |
| Revenu d'exploitation | 2,65 | 3,12 |
| Autre revenu ou dépense net | 0,76 | 0,70 |
| Revenu net avant impôt | 3,41 | 3,82 |

SOURCE : Association des industries graphiques et Printing Industries of America.

TABLEAU 24
ANNEXE A L'APPUI - MATÉRIAUX UTILISÉS, 1984

| | Canada (%) | É.-U. (%) |
|---|---|---|
| Papier | 24,39 | 23,17 |
| Encres | 1,80 | 1,79 |
| Films vierges | 1,27 | 1,13 |
| Plaques vierges | 1,07 | 1,16 |
| Autres | 1,75 | 1,38 |
| | 30,28 | 28,63 |

SOURCE : Association des industries graphiques et Printing Industries of America.

TABLEAU 25
ANNEXE A L'APPUI - FEUILLES DE PAIE DE L'USINE, 1984

| | Canada (%) | É.-U. (%) |
|---|---|---|
| Traitements, exécutifs | 2,30 | 2,03 |
| Salaires directs | 19,96 | 18,58 |
| Traitements et salaires généraux de l'usine | 1,86 | 1,67 |
| Salaires pour l'emballage, l'expédition et la livraison | 0,78 | 0,80 |
| Impôts sur les paies | 0,92 | 1,70 |
| Avantages sociaux des employés | 1,76 | 2,10 |
| | 27,58 | 26,88 |

SOURCE : Association des industries graphiques et Printing Industries of America.

TABLEAU 26
ANNEXE A L'APPUI - DÉPENSES DE FABRICATION, 1984

| | Canada (%) | É.-U. (%) |
|---|---|---|
| Dépréciation - immobilier | 0,27 | 0,27 |
| Dépréciation - autre | 2,95 | 3,25 |
| Impôt - immobilier | 0,37 | 0,21 |
| Impôt - autre propriété | 0,09 | 0,19 |
| Assurances | 0,32 | 0,51 |
| Loyer de l'édifice | 1,49 | 1,53 |
| Services publics | 0,89 | 1,21 |
| Location d'équipement | 0,32 | 0,56 |
| Fournitures pour l'usine | 1,37 | 1,92 |
| Emballage, expédition et livraison | 1,17 | 1,04 |
| Réparation et entretien | 1,40 | 1,37 |
| Autre | 0,62 | 0,72 |
| | 11,26 | 12,78 |

SOURCE : Association des industries graphiques et Printing Industries of America.

## 8. Technologie et innovation

### 8.1 Recherche-développement

En ce qui concerne le processus manufacturier, l'industrie de l'imprimerie commerciale compte généralement, à l'échelle mondiale, sur les fournisseurs de machines et de matériels pour lancer des innovations techniques. L'existence de plusieurs méthodes concurrentielles d'imprimerie encourage les fournisseurs de machines à élaborer des programmes considérables de recherche-développement (R-D) afin de conquérir une plus grande part du marché. Ceci a donné lieu à l'introduction rapide et constante de techniques nouvelles ou plus avancées qui ont fait évoluer l'industrie de l'activité artisanale aux méthodes de production modernes. Ces techniques sont disponibles partout au monde. La plupart des travaux de R-D sont réalisés à l'extérieur du Canada, notamment aux États-Unis, en Allemagne de l'Ouest, au Japon et en Suède. Le peu de recherche-développement que fait l'industrie de l'imprimerie elle-même porte principalement sur des rajustements " cosmétiques " sur les lieux de travail. Toutefois, le travail effectué par Graphic Arts Technical Foundation (GATF) à Pittsburg semble faire exception à la règle. Organisme sans but lucratif fondé en 1924 et financé par ses membres, la GATF s'est lancée dans une vaste gamme d'activités scientifiques, techniques et éducatives. De nos jours, la GATF emploie une centaine de personnes pour répondre à ses 2 300 membres corporatifs et 3 500 autres membres dans 67 pays.

La nécessité d'effectuer des travaux de R-D pour améliorer les produits existants ou en développer de nouveaux est limitée. En fait, une grande partie de l'innovation des produits dans ce domaine demeure superficielle. Pour se moderniser, l'industrie canadienne doit compter sur les sources extérieures, particulièrement sur les États-Unis.

### 8.2 Outillage et matériel

Les imprimeurs commerciaux utilisent principalement la lithographie (appelée aussi offset) comme méthode d'imprimerie; ce procédé représente environ 70 p. 100 des livraisons. La typographie et l'héliogravure détiennent environ 15 et 10 p. 100 du marché respectivement. La sérigraphie, la flexographie et l'électrostatique, autres procédés d'impression, représentent les 5 p. 100 restant. La popularité de la lithographique repose sur sa capacité de réaliser efficacement une grande gamme de produits, tandis que d'autres méthodes semblent mieux conçues pour certains travaux; par exemple, le processus d'héliogravure sert énormément pour les longs tirages des catalogues de qualité supérieure.

A l'exception des presses pour les formulaires commerciaux, disponibles auprès des fabricants canadiens, le matériel utilisé par l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale doit être importé, principalement des États-Unis, de l'Allemagne de l'Ouest, du Japon et de la Suède. En général, le matériel entre en franchise au Canada. Il

semble que notre industrie soit un peu dépassée par rapport à celle des Américains en ce qui concerne la modernisation des installations. Selon le tableau 27, les dépenses en immobilisations par rapport aux ventes sont moins élevées au Canada qu'aux États-Unis depuis 1977. En ce qui concerne les dépenses d'immobilisations par employé, les ratios nationaux ont atteint 1 118 $CAN (1 142 $US) en 1974 et 3 077 $CAN (2 254 $US) en 1985, tandis que ceux des États-Unis s'inscrivaient à 1 152 $US et 3 695 $US, respectivement. Il faut toutefois noter que la plupart des grandes entreprises canadiennes emploient des techniques de pointe. La dimension relativement petite du marché intérieur limite la capacité de nos grands imprimeurs à acquérir certaines techniques nouvelles, coûteuses et d'usage limité, comme l'équipement de finissage qui exige de longs tirages pour être rentable. Pour diverses raisons, y compris des facteurs économiques et de marché, le rythme d'application des innovations techniques est beaucoup plus lent dans les petites entreprises d'imprimerie, tant au Canada qu'aux États-Unis.

TABLEAU 27

DÉPENSES D'IMMOBILISATIONS

| | Canada | | É.-U. | % des livraisons de l'industrie | |
|---|---|---|---|---|---|
| | (Millions de $ CAN) | Millions de $ US) | (Millions de $ US) | Canada | É.-U. |
| 1974 | 49,3 | 50,4 | 518,0 | 4,1 | 3,4 |
| 1975 | 52,9 | 52,0 | 556,3 | 3,9 | 3,5 |
| 1976 | 55,1 | 55,9 | 590,7 | 3,8 | 3,3 |
| 1977 | 52,0 | 48,9 | 776,9 | 3,3 | 3,8 |
| 1978 | 57,6 | 50,5 | 1 137,1 | 3,1 | 5,0 |
| 1979 | 89,7 | 76,6 | 1 160,2 | 4,0 | 4,5 |
| 1980 | 108,8 | 93,1 | 1 221,6 | 4,1 | 4,3 |
| 1981 | 113,3 | 94,5 | 1 462,4 | 3,6 | 4,5 |
| 1982 | 95,3 | 77,2 | 1 547,1 | 3,0 | 4,1 |
| 1983 | 96,1 | 78,0 | 1 521,1 | 2,8 | 4,0 |
| 1984 | 169,6 | 131,0 | 1 975,0 | 4,2 | 4,5 |
| 1985 | 163,1 | 119,8 | 2 300,0 | 3,7 | 4,9 |

SOURCE : Catalogues n$^{os}$ 61-214 et 61-007 de Statistique Canada et catalogue n° MC82-1-27A/B/C du Département du commerce des États-Unis et données inédites.

Comme l'indique le tableau 28, il semble toutefois que l'industrie canadienne consacre plus de ressources financières, par rapport aux livraisons, que l'industrie américaine pour la réparation d'édifices, d'outillage et de matériel.

TABLEAU 28

DÉPENSES RELATIVES AUX TRAVAUX DE RÉPARATION

| | Canada (Millions de $ CAN) | Canada (Millions de $ US) | É.-U. (Millions de $ US) | % des livraisons de l'industrie Canada | % des livraisons de l'industrie É.-U. |
|---|---|---|---|---|---|
| 1977 | 21,9 | 20,6 | 73,2 | 1,4 | 0,4 |
| 1978 | 25,3 | 22,2 | 87,8 | 1,3 | 0,4 |
| 1979 | 30,3 | 25,9 | 104,2 | 1,4 | 0,4 |
| 1980 | 36,4 | 31,1 | 120,1 | 1,4 | 0,4 |
| 1981 | 39,3 | 32,8 | 150,4 | 1,3 | 0,5 |
| 1982 | 33,7 | 27,3 | 241,1 | 1,0 | 0,7 |
| 1983[1] | 37,6 | 30,5 | 160,0 | 1,1 | 0,4 |

SOURCE : Catalogues n$^{os}$ 61-214 et 61-007 de Statistique Canada et catalogue n° MC82-1-27A/B/C du Département du commerce des États-Unis.

Nota : [1] Année la plus récente pour laquelle nous possédons des statistiques américaines.

Le tableau 29 fournit des statistiques sur l'investissement, qui ont été choisies à partir des enquêtes effectuées par l'AIG et le PIA. Le taux de participation à ces enquêtes est faible et l'utilisation de ces ratios exige une grande prudence car ils ne reflètent peut-être pas la situation de l'industrie.

TABLEAU 29

STATISTIQUES SUR L'INVESTISSEMENT, 1984

| | Canada ($ CAN) | Canada ($ US) | É.-U. ($ US) |
|---|---|---|---|
| Actifs moyens par employé | 32 314 | 24 957 | 35 122 |
| Actifs moyens par employé de l'usine | 49 239 | 38 028 | 50 418 |
| Investissements bruts dans l'usine par employé de l'usine | 40 254 | 31 089 | 40 211 |

SOURCE : Association des industries graphiques et Printing Industries of America.

## 9. Situation financière

### 9.1 Rentabilité

Statistique Canada publie des données financières sur le secteur de l'imprimerie et de l'édition ainsi que sur les quatre industries membres qui le composent. Cependant, le Département du commerce des États-Unis limite la cueillette de statistiques à l'échelle sectorielle. Le rendement de l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale est traditionnellement bien supérieur à celui du secteur de l'imprimerie et de l'édition, en termes de bénéfices après impôt sur l'avoir, comme l'indique le tableau 30, quoique ce rendement a été moins bon dans le domaine du profit avant impôt sur le revenu total. A l'échelle sectorielle, le Canada devance considérablement les États-Unis dans le domaine du profit après impôt sur l'avoir, tandis que les ratios du profit avant impôt sur le revenu total des deux pays se ressemblent. Le ratio du profit après impôt sur l'avoir illustre une provision inférieure pour l'impôt courant et reporté, ainsi qu'une base des avoirs moins élevée. A titre d'exemple, la provision pour l'impôt sur le revenu représentait 2,8 p. 100 des ventes du secteur au Canada, en 1983, comparativement à 4,3 p. 100 aux États-Unis, tandis que les avoirs constituaient 39 p. 100 de l'actif total au Canada, par rapport à 48,1 p. 100 aux États-Unis.

TABLEAU 30
PERFORMANCE DU PROFIT

| | Canada | | É.-U. |
|---|---|---|---|
| | Imprimerie commerciale | Imprimerie et édition | Imprimerie et édition |
| Profit avant impôt sur le revenu total (%) | | | |
| 1974 | 10,0 | 11,5 | 8,3 |
| 1979 | 9,8 | 8,8 | 10,3 |
| 1980 | 9,4 | 9,4 | 9,3 |
| 1981 | 9,3 | 9,3 | 9,0 |
| 1982 | 9,1 | 8,1 | 8,2 |
| 1983 | 7,6 | 9,1 | 10,1 |
| 1984 | 8,4[1] | n.d. | 10,6 |
| Profit après impôt sur les avoirs (%) | | | |
| 1974 | 22,9 | 20,5 | 13,2 |
| 1979 | 31,0 | 24,4 | 18,1 |
| 1980 | 30,1 | 27,8 | 16,4 |
| 1981 | 30,0 | 28,1 | 14,9 |
| 1982 | 31,1 | 28,3 | 13,5 |
| 1983 | 31,0 | 24,7 | 17,5 |
| 1984 | 30,5[1] | n.d. | 18,3 |

SOURCE : Catalogue n° 61-207 de Statistique Canada, Département du commerce des États-Unis - Rapport financier trimestriel et estimations de la division.

Nota : [1] Données approximatives.

D'après une comparaison des ratios de 1984 recueillis par l'Association des industries graphiques et par la Printing Industries of America, il semble que les grandes entreprises d'imprimerie américaines (celles dont les ventes s'élèvent à 1,5 million de dollars ou plus) sont plus rentables que celles du Canada, alors que c'est l'inverse pour les plus petites entreprises, comme le montre le tableau 31. Toutefois, les statistiques des associations peuvent ne pas refléter la situation de l'industrie.

TABLEAU 31

PERFORMANCE DU PROFIT SELON LA DIMENSION DES ENTREPRISES EN 1984 - IMPRIMERIE COMMERCIALE

| Ventes | Profit avant impôt sur les ventes | | Rendement sur l'investissement[1] | |
|---|---|---|---|---|
| | Canada (%) | É.-U. (%) | Canada (%) | É.-U. (%) |
| Inférieures à 250 000 $ | 1,66 | 0,20 | 6,15 | 2,93 |
| 250 000 $ à 499 999 $ | | 1,71 | | 5,17 |
| 500 000 $ à 1 499 999 $ | 4,55 | 3,10 | 7,06 | 6,51 |
| 1 500 000 $ à 4 999 999 $ | 2,78 | 3,81 | 5,14 | 6,93 |
| 5 000 000 $ à 9 999 999 $ | 3,95 | 4,23 | 6,94 | 7,00 |
| 10 000 000 $ et plus | 4,58 | 6,10 | 6,59 | 9,33 |
| Toutes les entreprises | 3,41 | 3,82 | 6,17 | 7,01 |

SOURCE : Association des industries graphiques et Printing Industries of America

Nota : [1] Les associations ne calculent pas le ratio du profit avant impôt sur les avoirs.

## 9.2 Liquidité et solvabilité

La plupart des petites entreprises d'imprimerie, tant au Canada qu'aux États-Unis, tirent leurs sources de financement de fonds autogénérés et d'emprunts auprès d'institutions financières établies comme les banques à chartre et les fiducies, alors que les grandes entreprises utilisent davantage un financement de l'extérieur. Un certain nombre d'importants imprimeurs au Canada font partie d'organismes plus grands et comptent généralement sur leurs sociétés-mères pour leurs besoins de financement. La plupart des propriétaires des petites entreprises d'imprimerie rejettent les options d'association avec les investissements privés afin d'améliorer leur structure de capital et de diminuer leur dépendance des institutions prêteuses.

Les tableaux 32 et 33 montrent les ratios de liquidité, d'après les statistiques gouvernementales et celles des associations.

TABLEAU 32

RATIOS DE LIQUIDITÉ ET DE GESTION, 1983

| | CANADA | | É.-U. |
|---|---|---|---|
| | Imprimerie commerciale | Imprimerie et édition | Imprimerie et édition |
| Actif à court terme/passif à court terme (temps) | 1,44 | 1,35 | 1,84 |
| Passif à court terme/stocks (temps) | 2,23 | 3,18 | 2,52 |
| Dette à long terme/avoirs (%) | 36,4 | 33,7 | 40,1 |
| Dette à long terme/ immobilisations nettes (%) | 45,7 | 46,3 | 56,7 |
| Actif total/ventes (%) | 62,7 | 66,6 | 68,9 |
| Ventes/stocks (temps) | 10,33 | 14,91 | 15,46 |
| Délai de collection (jours) | 58,2 | 51,4 | 49,3 |

SOURCE : Catalogue n° 61-207 de Statistique Canada et Département du commerce des États-Unis - Rapport financier trimestriel.

TABLEAU 33

RATIOS DE LIQUIDITÉ ET DE GESTION, 1984
IMPRIMERIE COMMERCIALE

| | Canada | É.-U. |
|---|---|---|
| Actif à court terme/passif à court terme (temps) | 1,65 | 1,71 |
| Passif à long terme[1]/avoirs (%) | 63,9 | 70,7 |
| Délai de collection (jours) | 68,1 | 59,1 |

SOURCE : Association des industries graphiques et Printing Industries of America.

Nota : [1] La dette à long terme n'est pas connue.

10. Rôle des gouvernements

Le gouvernement fédéral n'a pris que peu de mesures spéciales pour aider l'industrie de l'imprimerie commerciale. Les politiques gouvernementales horizontales, dans les domaines de la fiscalité, des tarifs, de la distribution postale, des droits d'auteur, de l'édition et des achats publics, ont eu une plus grande influence. Les programmes horizontaux d'encouragement ont eu des incidences diverses sur l'industrie. La Banque fédérale de développement a constitué une source majeure de financement. L'industrie a fait plus ou moins appel au Programme de développement industriel et régional (PDIR), et au programme de l'Office canadien pour un renouveau industriel, et encore moins au Programme de développement des marchés d'exportation. Aucun gouvernement provincial n'a élaboré des mesures d'aide distincte.

Environ le ¼ de la production de l'imprimerie commerciale est distribué par la poste. Par conséquent, les changements des tarifs postaux et des règlements ainsi que les interruptions du service postal ont une incidence importante sur plusieurs segments de l'industrie.

Plusieurs des produits fabriqués par les imprimeurs commerciaux relèvent des dispositions de la Loi sur le droit d'auteur du Canada, l'expression légale des droits octroyés par le Parlement aux créateurs en vue de protéger leurs ouvrages d'un emploi illégal. Édictée en 1924, cette loi n'a subi aucune révision majeure. En 1984, le gouvernement publiait un Livre blanc sur des propositions en vue de la révision de la loi canadienne sur le droit d'auteur. Un sous-comité du Comité permanent de la communication et de la culture de la Chambre des communes a étudié ce document et présenté son rapport le 10 octobre 1985. La rédaction de ce projet de loi a débuté en 1986. A titre de comparaison, mentionnons que la loi sur le droit d'auteur américaine a été complètement refondue à la fin des années 70.

Au cours des dix dernières années, les gouvernements au Canada ont travaillé à plusieurs niveaux dans le but d'encourager la croissance de l'édition de périodiques et de livres. Les imprimeurs commerciaux ont profité de cette consolidation de l'industrie de l'édition.

Les ministères et organismes de tous les ordres de gouvernements, fédéral, provincial et municipal, sont les principaux utilisateurs d'imprimés. En 1985-1986 le ministère des Approvisionnements et Services (MAS) en a acheté pour une valeur de 126 millions de dollars, au nom du gouvernement fédéral. Celui-ci, par l'entremise du MAS, est très engagé dans des activités d'imprimerie comme le sont plusieurs gouvernements provinciaux. Les services internes d'impression répondent à environ 40 p. 100 des besoins du gouvernement dans ce domaine. A certains moments, les activités de ces services gouvernementaux ont eu des effets négatifs sur les imprimeurs du secteur privé.

De la même façon, le gouvernement des États-Unis n'a pas élaboré de politique ou de programme particuliers pour l'industrie de l'imprimerie commerciale.

## 11. Perspectives à moyen terme

### 11.1 Tendances du marché national

L'industrie produit une grande variété de biens de consommation et de biens industriels. Un mélange de facteurs complexes et interreliés, de nature économique, démographique et sociologique, influe sur la demande pour ces produits. A moyen terme, certaines des activités ayant contribué à la croissance rapide de l'industrie au cours des années 70 devraient se modérer quelque peu, alors que d'autres continueront à avoir un effet très positif. Par exemple, on prévoit que la croissance démographique de la population canadienne suivra un rythme d'environ

0,9 p. 100 annuellement entre 1985 et 1990[1], soit 2/10e d'un point procentuel sous le niveau enregistré pour la période entre 1980 et 1985[2]. Toutefois, le pourcentage de la population âgée de 25 à 64 ans, qui constitue le groupe de personnes le plus enclin à lire des livres, des périodiques et des journaux (les produits fabriqués par les imprimeurs pour les éditeurs), devrait augmenter, passant de 50,9 p. 100 en 1985[3] à 52,8 p. 100 en 1990[4]. Le pourcentage de la population de 15 ans ou plus, ayant une éducation post-secondaire partielle ou complète, devrait passer de 62,2 p. 100 en 1985 à 67,7 p. 100 en 1990[5].

Même si l'on prévoit qu'à moyen terme, il y aura de plus en plus de loisirs, un certain nombre d'innovations techniques dans le domaine des divertissements devraient atteindre leur maturité d'ici quelques années, notamment la télévision payante, ce qui pourrait diminuer l'intérêt de lire certains types de livres. Quoiqu'on estime que la demande en renseignements se poursuivra à un rythme soutenu, les innovations techniques dans les domaines autres que l'imprimerie pour la transmission et le stockage de renseignements amèneront la disparition de certains produits imprimés. Le PNB en dollars constants de 1971 devrait croître à un taux annuel moyen de 3 p. 100 entre 1985 et 1990[6], par rapport à 2,3 p. 100 entre 1980 et 1985[7].

Illustrant les facteurs ci-dessus, le marché canadien apparent pour les articles imprimés commercialement devrait passer de 4,6 milliards de dollars (non redressés) en 1985 à 6,9 milliards de dollars en 1990, ce qui représente un taux de croissance annuelle moyen de 8,5 p. 100 par rapport à 10 p. 100 entre 1980 et 1985.

## 11.2 Tendances du marché international[8]

### 11.2.1 Orientation des exportations

Les États-Unis constituent de loin le plus important débouché d'exportation pour les produits d'imprimés commerciaux du Canada. Les imprimeurs canadiens qui exploitent des entreprises de moindre envergure ont été en mesure de répondre aux besoins précis des acheteurs américains en adoptant une méthode souple de travail sur commande, alors que les grandes entreprises américaines jouissant

Nota : 1. Catalogue n° 91-520 de Statistique Canada.
2. Catalogue n° 91-001 de Statistique Canada.
3. Catalogue n° 91-210 de Statistique Canada.
4. Catalogue n° 91-520 de Statistique Canada.
5. L'Évolution du profil scolaire des Canadiens de 1961 à 2000, publication de Statistique Canada.
6. Ministère des Finances.
7. Catalogue n° 11-003 de Statistique Canada.
8. S'il n'y a plus d'efforts en vue d'une plus grande libéralisation du commerce.

d'importantes économies d'échelle, ont dû adapter les besoins de leurs clients en fonction de leurs propres activités manufacturières. En outre, la faible valeur du dollar canadien a plus que neutralisé les coûts plus élevés des intrants que subit l'industrie canadienne. Même si nos exportations aux États-Unis ont atteint, en 1985, 132,7 millions de dollars, elles ne représentaient que 31 p. 100 de toutes les importations américaines; il y a donc place à l'expansion.

Les changements prévus quant au nombre d'habitants, aux groupes d'âges, au niveau d'instruction, aux loisirs, au revenu disponible et au PNB aux États-Unis à moyen terme devraient être équivalents à ceux du Canada. En outre, la valeur du dollar canadien devrait se maintenir entre 20 et 30 p. 100 de moins que celle du dollar américain au cours des cinq prochaines années, ce qui aurait un effet bénéfique sur la position concurrentielle des exportateurs canadiens. De plus, l'usage d'une langue commune, de techniques de ventes similaires et un intérêt relativement semblable face aux imprimés augmentent les possibilités d'exportation des imprimés commerciaux canadiens sur l'important marché américain.

La décision future concernant la clause de fabrication dans la loi américaine intitulée Copyright Law et l'exemption visant le Canada influenceront beaucoup les exportateurs canadiens.

En 1985, le ministère de l'Expansion industrielle régionale retenait les services d'Alphalink d'Ottawa, en vue de stimuler l'intérêt de l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale pour l'exportation, en réalisant les activités suivantes :

a) l'entrevue d'un échantillon représentatif des imprimeurs qui exportent actuellement vers les États-Unis, afin d'identifier les produits exportés, les États américains desservis, les canaux de distribution utilisés, les difficultés rencontrées et l'aide que les imprimeurs ont obtenu en vertu de programmes fédéraux ou provinciaux d'encouragement à l'exportation;

b) l'identification des organismes américains (comme les agents), qui pourraient aider les imprimeurs canadiens à s'infiltrer dans le marché américain;

c) la rédaction d'un document destiné spécialement à aider les imprimeurs canadiens qui sont intéressés à l'exportation.

La plupart des renseignements généraux recueillis par Alphalink ont été publiés dans la revue spécialisée Canadian Printer and Publisher. Jusqu'au début de 1985, le dirigeant d'Alphalink, M. Brian Linklater, était président de l'Association des industries graphiques.

### 11.2.2 Infiltration des importations

Les coupures tarifaires canadiennes introduites lors des dernières négociations commerciales multilatérales (NCM) n'ont eu, à ce jour, que des effets négatifs limités sur l'industrie de l'imprimerie commerciale. Les coupures prévues pour 1987 ne devraient pas avoir beaucoup plus d'incidences. Néanmoins, les pressions exercées par les États-Unis relativement aux importations ne devraient pas cesser, à moyen terme. Dans ce contexte, l'industrie canadienne serait en mauvaise position concurrentielle face aux importations américaines si le dollar canadien devait augmenter en valeur. En outre, la concurrence d'un certain nombre d'autres pays industrialisés, notamment le Japon, devrait s'intensifier.

### 11.2.3 Perspectives en général

Si le niveau de compétitivité au Canada ne subit pas de détérioration importante, l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale devrait augmenter ses expéditions à l'exportation. Celles-ci passeraient de 149 millions de dollars en 1985 à 310 millions de dollars en 1990, entraînant ainsi une augmentation du ratio d'orientation des exportations de 3,4 p. 100 à 4,7 p. 100. Au cours de cette période, les importations au Canada de produits imprimés commerciaux devraient s'accroître d'environ 68 p. 100, pour atteindre 562 millions de dollars en 1990. Les importations augmenteront à un rythme plus rapide que celui de la production nationale, et leur part du marché canadien apparent passera de 7,4 p. 100 en 1985 à 8,2 p. 100 en 1990. On n'envisage aucun changement radical en ce qui concerne le commerce canadien des imprimés commerciaux.

## 11.3 Tendances de la production

Compte tenu des occasions de marché prévues au pays et à l'étranger et des pressions relatives à l'importation, les expéditions de l'industrie devraient passer de 4,4 milliards de dollars en 1985 à environ 6,6 milliards de dollars (non redressés) en 1990, soit un taux de croissance annuelle moyen de 8,6 p. 100. Ce pourcentage est inférieur de 1,9 au niveau enregistré entre 1980 et 1985. Le nombre d'emploi dans l'industrie devrait passer d'environ 4 000 à 57 000 en 1990. La part des travailleurs de production par rapport à l'ensemble de l'emploi devrait continuer à chuter, dû à l'adoption de systèmes de micro-traitement pour le contrôle des activités d'imprimerie.

Les occasions de marché estimées à moyen terme devraient inciter un certain nombre d'entreprises à effectuer la spécialisation et la rationalisation de leur production, et à atteindre d'importantes économies d'échelle. A moins d'une intervention gouvernementale, on estime que la concentration des installations manufacturières augmentera sans cesse et que la part des expéditions détenue par les principaux organismes continuera à s'accroître.

## 11.4 Facteurs relatifs à l'approvisionnement

Comme nous l'avons déjà signalé, l'approvisionnement de certaines qualités et dimensions du papier canadien était très juste, depuis quelques années, en raison des déséquilibres de la demande et de la production. Ceci a forcé l'industrie de l'imprimerie commerciale à obtenir une partie de ses besoins auprès des sources étrangères, à des prix plus élevés. On estime en général qu'à moyen terme, l'industrie ne devrait subir aucune pénurie critique de papier ou d'autre matière première essentielle. En outre, tout indique que l'industrie canadienne du papier prend les mesures nécessaires pour améliorer sa compétitivité à l'échelle internationale. Par exemple, la Domtar Inc. prévoit mettre en opération, d'ici à 1989, deux machines pour le papier fin, de calibre international.

L'industrie de l'imprimerie commerciale continuera à consommer peu d'énergie. Sa position concurrentielle ne devrait pas être touchée par de légères modifications dans les coûts de l'énergie.

D'après les taux élevés de chômage prévus au Canada, l'industrie ne devrait avoir aucun problème pour combler les postes d'ouvriers semi-spécialisés ou non spécialisés. Celle-ci pourrait toutefois éprouver certaines difficultés à s'attirer le nombre voulu de travailleurs suffisamment formés. L'introduction d'équipement plus mécanisé au cours des prochaines années entraînera la demande d'ouvriers maîtrisant d'autres techniques que celles d'aujourd'hui. Les besoins pour la production risquent d'être différents, les petits établissements nécessiteront des employés moyennement spécialisés, aux talents variés, tandis que les plus grandes entreprises rechercheront des techniciens hautement qualifiés dans un domaine beaucoup plus restreint, tout en ayant une vaste formation générale. D'un autre côté, tout indique que l'importance et la composition de la main-d'oeuvre changeront au cours des prochaines années. Les attentes des employés plus instruits devraient être beaucoup plus élevées, et ceux-ci refuseraient plus souvent de se déplacer vers des régions à faible croissance. L'incompatibilité possible entre les compétences, les aspirations de la main-d'oeuvre canadienne et les besoins de l'imprimerie commerciale pourrait créer des engorgements de production dans certains segments de l'industrie. Qui plus est, la plus grande sélection et les coûts plus élevés de la machinerie et de l'équipement pousseront les imprimeurs à mieux planifier et à mieux gérer leurs ressources financières, ainsi qu'à rehausser leurs activités commerciales.

## 11.5 Innovations techniques

Depuis dix ans, on assiste à l'introduction rapide et constante de techniques manufacturières plus avancées dans le domaine de l'imprimerie. On ne croit pas qu'il y aura de grands bouleversements de ce côté au cours des cinq prochaines années; l'accent sera plutôt placé sur l'amélioration des techniques existantes. L'électronique et l'informatique continueront à envahir les usines d'imprimerie de toute dimension, en leur apportant rapidité, efficacité et économie.

A moyenne échéance, les entreprises moyennes devront accélérer leur modernisation afin de s'adapter aux pressions croissantes des grandes entreprises, à la condition que l'accès aux capitaux à moyen et à long termes ne se détériore pas au Canada. Le financement des déficits gouvernementaux imposera d'importantes pressions sur les ressources en capital du pays, au cours des prochaines années.

## 12. Conclusions

L'industrie de l'imprimerie commerciale fabrique une gamme diversifiée de lignes de produits, pour tous les segments de l'économie. Elle est ancienne, et possède de solides traditions de propriété familiale. C'est un secteur de petites entreprises dont les 3/4 embauchent moins de 20 personnes. Quoiqu'il y en ait dans tout le pays, ces entreprises sont surtout installées dans le centre du Canada, où la densité de population est plus élevée. Du point de vue du développement national, elle possède beaucoup de caractéristiques avantageuses, notamment des liens solides avec le secteur des ressources et ses propriétaires qui sont surtout des Canadiens. Il existe, enfin, un esprit d'entreprise marqué dans cette industrie et, ainsi, la plupart des propriétaires ne sont pas intéressés à une intervention gouvernementale directe. Avant tout, l'imprimerie commerciale a besoin d'un milieu économique et social convenable où l'entreprise privée pourrait s'implanter et prospérer.

Au cours de la période entre 1974 et 1985, l'industrie a constitué une partie saine et vitale de l'économie canadienne. Sa performance au cours de la dernière décennie affichait une cote très favorable par rapport à tout le secteur manufacturier.

En vertu de la structure tarifaire actuelle et de la valeur du dollar canadien, l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale est en mesure de répondre à la majorité des besoins du marché national et de combler des créneaux spécialisés dans les marchés de l'exportation, principalement aux États-Unis. Toutefois, par rapport à l'industrie américaine, le taux de change actuel dissimule un inconvénient sousjacent dans la structure des coûts canadienne, dans le domaine de la productivité.

Les perspectives générales pour l'industrie canadienne s'annoncent bonnes pour la période entre 1985 et 1990, quoique la croissance sera plus lente que pendant les cinq années précédentes. La compétitivité internationale de l'industrie pourrait s'améliorer par d'autres mesures de rationalisation, de spécialisation et de modernisation de ses équipements, et par un accès à des approvisionnements suffisants de papier à des prix concurrentiels à l'échelle internationale. Qui plus est, l'industrie devrait accroître ses efforts en vue d'identifier et d'exploiter des occasions de marché.

## ANNEXE A
## PRINCIPAUX NUMÉROS TARIFAIRES AU CANADA

| Numéros tarifaires | Produits principaux (1) | Principaux codes d'importation des marchandises | Importations en 1985 (1) (million de $) | Taux des NPF 1985(2) | Taux des NPF 1987(2) |
|---|---|---|---|---|---|
| 17000-01 | Livres d'images pour enfants en toute autre langue que l'anglais | 894-90 | 3.6 | 0 | 0 |
| 17100-01 | Livres d'images pour enfants, imprimés publicitaires, imprimés n.d.a. | 894-90<br>895-89, 895-99 | 32.4 | 0 | 0 |
| 17200-01 | Rapports officiels, brochures, horaires, etc. publiés par des organismes étrangers | 895-89, 895-99 | 49.4 | 0 | 0 |
| 17205-01 | Documentation touristique émanant des gouvernements, des chambres de commerce et d'autres administrations semblables | 895-81 | 2.7 | 0 | 0 |
| 17210-01 | Reproductions d'images, imprimés de musique, imprimés n.d.a. de nature religieuse | 894-39, 894-40, 895-99 | 1.1 | 0 | 0 |
| 17305-01 | Catalogues, imprimés, n.d.a., compris dans les programmes d'études des institutions scolaires | 895-99 | 1.9 | 0 | 0 |
| 17310-01 | Imprimés n.d.a. pour des tests d'intelligence et d'autre nature semblable | 895-99 | 1.9 | 0 | 0 |
| 17700-01 | Catalogues publicitaires | 895-89 | 1.9 | 30.5 | 28.6 |
| 17800-01 | Imprimés publicitaires | 895-89, 895-99 | 17.2 | 25.9 | 24.3 |
| 17800-03 | Imprimés publicitaires se rapportant à des produits ou services de pays étrangers | 895-89, 895-99 | 46.5 | 0 | 0 |
| 17900-01 | Étiquettes, languettes, décalcomanies | 895-20, 895-28, 895-99 | 21.6 | 13.5 | 11.3 |
| 18000-01 | Photographies, reproductions d'images | 894-17, 894-39, 895-99 | 14.7 | 13.5 | 11.3 |
| 18010-01 | Décalcomanies | 895-28 | 5.8 | 12.0 | 10.2 |
| 18025-01 | Bleus, plans et dessins, sauf les reproductions d'originaux canadiens | 895-24 | 16.4 | 0 | 0 |
| 18030-01 | Cartes, tableaux, modèles, dessins | 894-09, 895-24 | 1.8 | 12.6 | 10.7 |
| 18100-01 | Papier d'emballage, articles de bureau pour banques, calendriers sans publicité, imprimés n.d.a. | 895-20, 895-89, 895-99 | 33.4 | 14.6 | 12.2 |
| 18101-01 | Livres à colorier pour enfants, imprimés n.d.a. | 894-90, 895-99 | 9.1 | 13.5 | 11.3 |
| 18105-01 | Cartes de souhaits, cartes postales illustrées | 894-24 | 16.2 | 13.5 | 11.3 |
| 18200-02 | Musique imprimée | 894-40 | 2.6 | 6.0 | 5.0 |
| 18205-01 | Musique imprimée, fins éducatives ou religieuses | 894-40 | 4.1 | 0 | 0 |
| 19400-01 | Cartes à jouer, en paquets | 837-01 | 1.5 | 4.5¢ | 3.6¢ |
| 19405-01 | Cartes à jouer en feuilles importées par les fabricants de cartes à jouer | 895-32 | 1.1 | 4.5¢ | 3.6¢ |
| 19510-01 | Livres d'échantillon de papiers peints | 895-89 | 6.0 | 0 | 0 |
| 19900-01 | Patrons imprimés en papier, enveloppes imprimées, fabrication de papier n.d.a. | 895-36, 895-99 | 14.7 | 12.0 | 10.2 |
| 41235-01 | Photographies | 894-17 | 2.1 | 0 | 0 |
| 41245-01 | Photographies, acétates encadrées | 894-17, 894-39 | 1.8 | 10.7 | 9.2 |
| 46300-01 | Acétates encadrés | 894-17 | .5 | 9.2 | 9.2 |
| 69605-02 | Cartes, tableaux, imprimés n.d.a. pour les institutions scolaires | 894-09, 895-99 | .7 | 0 | 0 |
| 69615-01 | Cartes géographiques, imprimés n.d.a. pour des fins éducatives | 894-09, 895-99 | 1.1 | 0 | 0 |
| 69700-01 | Globes terrestres | 894-03 | 1.8 | 0 | 0 |

Nota: (1) Il ne s'agit que des produits se rapportant à l'industrie de l'imprimerie commerciale.

(2) En pourcentage, sauf indication contraire.

## ANNEXE B
## PRINCIPAUX NUMÉROS TARIFAIRES AUX ÉTATS-UNIS

| Numéros tarifaires | Produits principaux (1) | Importations en 1985 (1) (million de $ U.S.) | Taux des NPs 1985(2) | Taux des NPs 1987(2) |
|---|---|---|---|---|
| 270-4500 | Catalogues écrits par des Américains se rapportant à la vente de produits américains | 1.7 | 0.4 | 0 |
| 270-5000 | Autres catalogues se rapportant à la vente de produits américains | 38.9 | 0.9 | 0 |
| 270-7000 | Documentation touristique se rapportant à des endroits à l'extérieur du territoire douanier des É.-U. | 19.9 | 0 | 0 |
| 270-8500 | Catalogues, listes de prix et messages commerciaux se rapportant à la vente de produits provenant d'un pays étranger | 45.1 | 0 | 0 |
| 273-1000 | Livres ou feuilles de musique | 2.3 | 0 | 0 |
| 273-3500 | Cartes, atlas et graphiques | 14.4 | 0 | 0 |
| 273-5500 | Dessins et plans, originaux et reproductions | 8.8 | 0 | 0 |
| 273-6000 | Manuscrits, documents dactylographiés et copies obtenues au papier carbone | 5.2 | 0 | 0 |
| 273-6500 | Décalcomanies, couleurs céramiques, pesant au plus 100 livres par 1,000 feuilles | 1.5 | 22¢+3.1% | 18¢+2.4% |
| 273-7000 | Décalcomanies, couleurs céramiques, pesant plus de 100 livres par 1,000 feuilles | 5.8 | 6.7¢+3.8% | 6.0¢+3.5% |
| 273-7510 | Autres décalcomanies, non supportées par feuille métallique, en rouleaux | 8.5 | 7.7¢par livre | 7.0¢ |
| 273-7520 | Autres décalcomanies, non supportées par feuille métallique, autrement qu'en rouleaux | 8.7 | 7.7¢par livre | 7.0¢ |
| 273-8500 | Cartes postales reproduisant des lieux aux É.-U. | 3.3 | 5.5 | 4.0 |
| 273-9500 | Cartes postales reproduisant des lieux à l'extérieur des É.-U., imprimées en lithographie | 1.4 | 3.3 | 3.1 |
| 274-0000 | Cartes de souhaits et cartes similaires, sans salutation, titre, ou mot | 1.7 | 5.0 | 5.0 |
| 274-0500 | Cartes de souhaits et cartes similaires, avec salutation, titre et mots | 13.0 | 5.6 | 4.9 |
| 274-1000 | Calendriers en papier, imprimés en lithographie, dont l'épaisseur ne dépasse pas 0.02 pouce | 6.2 | 1.5¢par livre | 0 |
| 274-1500 | Calendriers en papier, imprimés en lithographie, dont l'épaisseur dépasse 0.02 pouce | 13.9 | 2.1¢par livre | 2.0¢ |
| 274-2000 | Autres calendriers en papier | 8.8 | 4.1 | 3.0 |
| 274-2900 | Etiquettes, rabats et languettes, imprimés en lithographie, mais non sur feuille métallique | 4.7 | 5.2¢par livre | 4.0¢ |
| 274-3500 | Etiquettes, rabats et languettes, imprimés en lithographie | 5.2 | 4.7 | 4.2 |
| 274-5000 | Photographies, gravures et étampes, imprimées il y a plus de 20 ans | 6.9 | 0 | 0 |
| 274-6020 | Affiches dont l'épaisseur ne dépasse pas 0.02 pouce | 4.6 | 6¢ par livre | 6¢ |
| 274-6040 | Lithographies sur papier, excluant les affiches, dont l'épaisseur ne dépasse pas 0.02 pouce | 17.1 | 6¢ par livre | 6¢ |
| 274-7020 | Affiches dont l'épaisseur dépasse 0.02 pouce | 2.6 | 3.3 | 3.1 |
| 274-7040 | Photographies, gravures et étampes, imprimées il y a 20 ans ou moins | 19.4 | 3.3 | 3.1 |
| 274-7300 | Imprimés pouvant être utilisés dans la production de livres, qui entreraient en franchise | 6.8 | 0 | 0 |
| 274-7520 | Affiches, dont l'épaisseur ne dépasse pas 0.02 pouce, imprimées en lithographie | 1.8 | 1.5¢par livre | 0 |
| 274-7560 | Imprimés n.d.a., dont l'épaisseur ne dépasse pas 0.02 pouce, imprimés en lithographie | 41.6 | 1.5¢par livre | 0 |
| 274-8000 | Imprimés n.d.a., dont l'épaisseur dépasse 0.02 pouce, imprimés en lithographie | 7.2 | 2¢ par livre | 2¢ |
| 274-8500 | Imprimés n.d.a., susceptible d'être produit par un auteur | 16.1 | 1.9 | 1.8 |
| 274-9040 | Imprimés n.d.a. | 37.5 | 5.6 | 4.9 |
| 737-5200 | Livres-jouets, incluant livres de coloriage | 13.0 | 0 | 0 |

Nota: (1) Il ne s'agit que des produits se rapportant à l'industrie de l'imprimerie commerciale.

(2) En pourcentage, sauf indication contraire.

DATE DUE

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

INDUSTRY CANADA/INDUSTRIE CANADA

69812