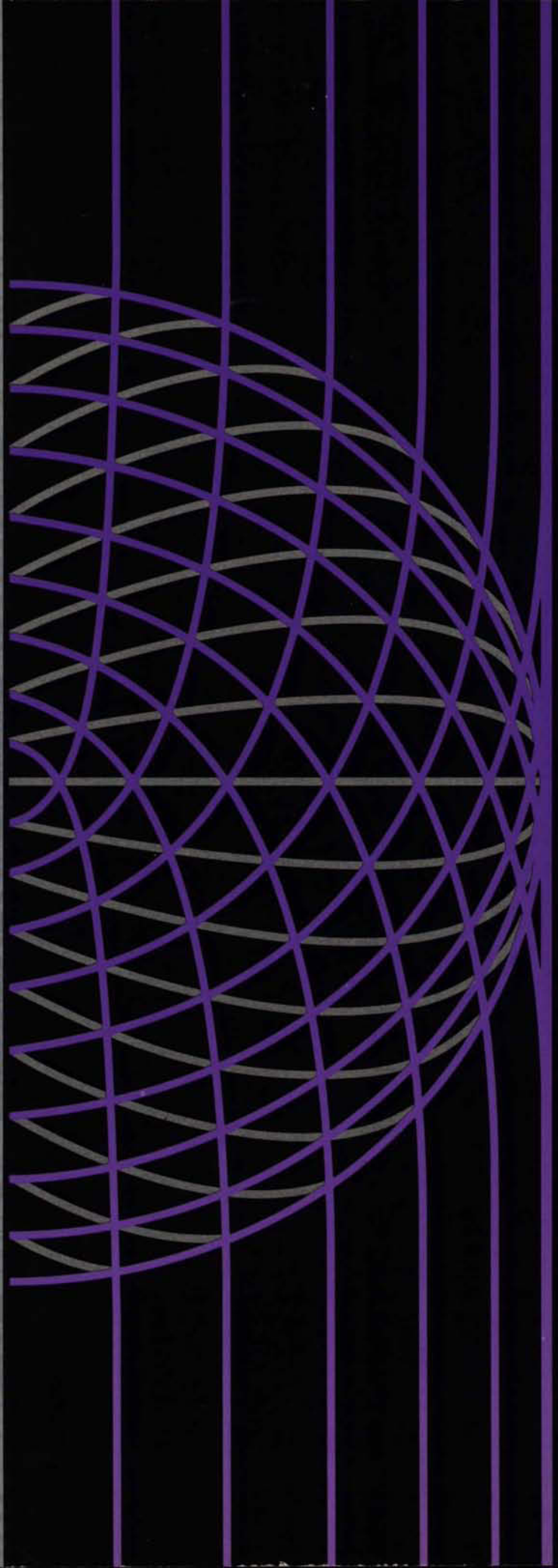
Imprimerie commerciale

PROFIL DE L'INDUSTRIE



Industrie, Sciences et Technologie Canada
Industry, Science and Technology Canada

INDUSTRY CANADA/INDUSTRIE CANADA
108170

Centres de services aux entreprises d'ISTC et Centres de commerce extérieur

Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) et Commerce extérieur Canada (CEC) ont mis sur pied des centres d'information dans les bureaux régionaux de tout le pays. Ces centres permettent à leur clientèle de se renseigner sur les services, les documents d'information, les programmes et l'expérience professionnelle disponibles dans ces deux Ministères en matière d'industrie et de commerce. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec l'un ou l'autre des bureaux dont la liste apparaît ci-dessous.

Terre-Neuve

Atlantic Place
215, rue Water, bureau 504
C.P. 8950
ST. JOHN'S (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-ISTC
Télécopieur : (709) 772-5093

Île-du-Prince-Édouard

Confederation Court Mall
National Bank Tower
134, rue Kent, bureau 400
C.P. 1115
CHARLOTTETOWN
(Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400
Télécopieur : (902) 566-7450

Nouvelle-Écosse

Central Guaranty Trust Tower
1801, rue Hollis, 5e étage
C.P. 940, succursale M
HALIFAX (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-ISTC
Télécopieur : (902) 426-2624

Nouveau-Brunswick

Assumption Place
770, rue Main, 12e étage
C.P. 1210
MONCTON (Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 857-ISTC
Télécopieur : (506) 851-6429

Québec

Tour de la Bourse
800, place Victoria, bureau 3800
C.P. 247

Saskatchewan

S.J. Cohen Building
119, 4e Avenue sud, bureau 401
SASKATOON (Saskatchewan)
S7K 5X2
Tél. : (306) 975-4400
Télécopieur : (306) 975-5334

Alberta

Canada Place
9700, avenue Jasper,
bureau 540
EDMONTON (Alberta)

Yukon

108, rue Lambert, bureau 301
WHITEHORSE (Yukon)
Y1A 1Z2
Tél. : (403) 668-4655
Télécopieur : (403) 668-5003

Territoires du Nord-Ouest

Precambrian Building
10e étage
Sac postal 6100
YELLOWKNIFE
(Territoires du Nord-Ouest)
X1A 2R3
Tél. : (403) 920-8568
Télécopieur : (403) 873-6228

Administration centrale d'ISTC

Édifice C.D. Howe
235, rue Queen
1er étage, tour Est
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 952-ISTC
Télécopieur : (613) 957-7942

Administration centrale de CEC

InfoExport
Édifice Lester B. Pearson
125, promenade Sussex
OTTAWA (Ontario)
K1A 0G2
Tél. : (613) 993-6435
1-800-267-8376

IC 1551 (9/95)
DATE DUE - DATE DE RETOUR

Demandes de pu

Pour recevoir un exemplaire de le Centre de services aux entreprises ou le Centre de commerce extérieur le plus mmuniquez avec l'un des trois bureaux suivants.

Pour les Profils de l'industrie le
Direction générale des anada :
communications
Industrie, Sciences et
Technologie Canada
235, rue Queen, bureau 704D
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-4500
Télécopieur : (613) 954-4499

235, rue Queen, bureau 208D
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-5716
Télécopieur : (613) 954-6436

OTTAWA (Ontario)
K1A 0G2
Tél. : (613) 993-6435
1-800-267-8376
Télécopieur : (613) 996-9709

Canada

BFGJ C2 c.2
HD9505/.C3/I5/1990-91
Canada. Industry, Science
Industry profile.

(V.6.91.09)

1990–1991

IMPRIMERIE COMMERCIALE

AVANT-PROPOS

Étant donné l'évolution rapide du commerce international, l'industrie canadienne doit pouvoir soutenir la concurrence si elle veut connaître la croissance et la prospérité. Favoriser l'amélioration du rendement de nos entreprises sur les marchés du monde est un élément fondamental des mandats confiés à Industrie, Sciences et Technologie Canada et à Commerce extérieur Canada. Le profil présenté dans ces pages fait partie d'une série de documents grâce auxquels Industrie, Sciences et Technologie Canada procède à l'évaluation sommaire de la position concurrentielle des secteurs industriels canadiens, en tenant compte de la technologie, des ressources humaines et de divers autres facteurs critiques. Les évaluations d'Industrie, Sciences et Technologie Canada et de Commerce extérieur Canada tiennent compte des nouvelles conditions d'accès aux marchés de même que des répercussions de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis. Pour préparer ces profils, le Ministère a consulté des représentants du secteur privé.

Veiller à ce que tout le Canada demeure prospère durant l'actuelle décennie et à l'orée du vingt-et-unième siècle, tel est le défi qui nous sollicite. Ces profils, qui sont conçus comme des documents d'information, seront à la base de discussions solides sur les projections, les stratégies et les approches à adopter dans le monde de l'industrie. La série 1990–1991 constitue une version revue et corrigée de la version parue en 1988–1989. Le gouvernement se chargera de la mise à jour régulière de cette série de documents.

Michael H. Wilson
Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
et ministre du Commerce extérieur

Structure et rendement

Structure

L'industrie de l'imprimerie commerciale regroupe les établissements s'occupant de la production d'une grande variété d'articles imprimés destinés à tous les secteurs de l'économie. Les ateliers d'impression comme il s'en trouve au sein d'organismes comme les journaux et les périodiques, les compagnies d'assurances et les gouvernements et désignés comme de l'imprimerie « interne », sont exclus de ce profil. L'industrie de l'imprimerie commerciale fait partie intégrante du secteur des industries de l'imprimerie, de l'édition et des industries connexes. Il y a un certain rapport d'interdépendance entre l'imprimerie et l'édition, mais ces deux secteurs sont distincts l'un de l'autre[1].

En 1989, l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale comptait environ 2 600 entreprises contrôlant 3 200 établissements et employant 64 000 personnes. Les expéditions étaient évaluées à 6,2 milliards de dollars[2]. L'industrie de l'imprimerie commerciale utilise beaucoup de matières d'origine canadienne, notamment le papier, et elle achète près de 50 % de la production canadienne de papier fin et de papier d'impression.

Les travaux sur commande représentent la plus grande partie de la production. En 1989, les catalogues, les circulaires, les listes de prix et autres imprimés publicitaires représentaient le groupe de produits le plus important, soit environ 20 % de la production totale. Les autres groupes importants étaient constitués des formulaires commerciaux (environ 15 %), des périodiques imprimés pour les éditeurs (8 %),

[1] Les composantes de l'édition sont décrites dans deux autres profils d'industries : *Édition de livres* et *Édition de périodiques*.

[2] Par comparaison, la valeur de l'imprimerie « interne » au Canada était estimée à plus d'un milliard de dollars.

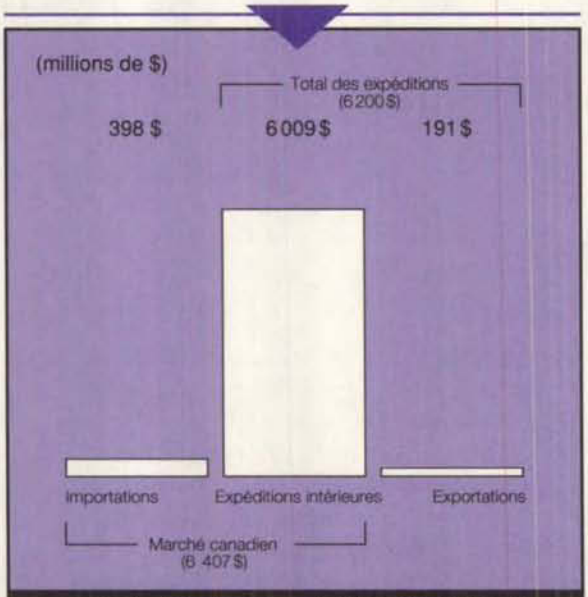


Figure 1 — Importations, exportations et expéditions intérieures, 1989

des étiquettes (5 %), des journaux imprimés pour les éditeurs (4 %) et des livres imprimés pour les éditeurs (3 %). Le reste se compose d'une variété de produits comme les cartes de souhaits, les billets de banque, les timbres, les calendriers et les billets d'admission, chacun de ces groupes représentant moins de 3 % des expéditions de l'industrie en 1989.

Cette industrie est axée d'abord et avant tout sur le marché canadien. En 1989, les exportations des produits de l'imprimerie commerciale représentaient seulement 191 millions de dollars, c'est-à-dire 3,1 % des expéditions totales. Les importations au Canada atteignaient 398 millions de dollars, soit 6,2 % du marché canadien (figure 1). Le gros de ce commerce est fait de transactions indépendantes. Dans le domaine de l'imprimerie commerciale, les échanges du Canada se font surtout avec les États-Unis, qui ont reçu près de 80 % des exportations canadiennes en 1989 et qui ont fourni environ 81 % des importations effectuées au Canada. Dans cette industrie, le commerce extérieur comprend surtout les produits non urgents à grand tirage. Par conséquent, ce sont les grandes entreprises d'impression qui pourvoient aux ventes d'exportations les plus importantes.

Toutes les régions du Canada, les petites collectivités comme les plus grandes, bénéficient de cette industrie. Il y a des imprimeries partout au pays, mais elles se concentrent surtout en Ontario et au Québec. Cette industrie procure de nombreux emplois dans les petites localités, mais elle se retrouve surtout dans les régions à forte densité de population. Les imprimeries installées dans le Toronto métropolitain réalisent environ 37 % des expéditions du secteur, alors que celles de Montréal suivent avec 20 %, celles de Vancouver avec 5 %, celles d'Ottawa-Hull avec 4 % et celles de Winnipeg avec 3 %.

L'industrie de l'imprimerie commerciale comprend plus d'établissements que toute autre industrie manufacturière canadienne. Elle se caractérise par un grand nombre de petits établissements (moins de 20 employés) à forte intensité de main-d'œuvre. Il n'y a pas de barrières majeures à l'entrée de petites entreprises dans ce secteur. En gros, les quatre cinquièmes de toutes les imprimeries emploient moins de 20 personnes, mais ensemble ces imprimeries ne fournissent que 20 % de toutes les expéditions. Quant aux imprimeries employant plus de 100 personnes, elles constituent près de 3 % du total et fournissent environ la moitié des expéditions. Les cinq entreprises les plus importantes sont Quebecor, Southam graphique, la Division de l'imprimerie de Maclean Hunter, Imprimerie Transcontinentale G.T.C. et Moore; elles fournissent environ 35 % de toutes les expéditions. Ces cinq entreprises sont entre les mains d'actionnaires canadiens. Les quatre premières sont la propriété d'importants conglomérats du secteur des communications.

Il s'agit avant tout d'une industrie à propriété canadienne et de tradition familiale. Environ 4 % des imprimeries sont de propriété étrangère, surtout américaine. Ces dernières effectuent près de 15 % des expéditions. Le degré de propriété étrangère est le plus élevé dans les sous-secteurs de la production de cartes de souhaits et de formulaires commerciaux. Inversement, la plupart des principaux imprimeurs canadiens ont établi des filiales aux États-Unis, mais leur part totale du marché américain est négligeable, probablement de moins de 5 %. Dans certains sous-secteurs, comme celui des formulaires commerciaux, la part des succursales canadiennes est beaucoup plus élevée.

La spécialisation est monnaie courante parmi les imprimeurs de formulaires commerciaux, de cartes de souhaits, de livres, d'étiquettes et de documents de sécurité. La plupart des autres imprimeurs fabriquent une grande variété de produits. Les imprimeurs « instantanés » exécutent rapidement les petites commandes à condition que les exigences de qualité ne soient pas trop élevées. En 1989, ces imprimeries ont réalisé des ventes évaluées à environ 300 millions de dollars. Dans ce secteur particulier de l'imprimerie commerciale, le franchisage gagne en popularité. Les trois entreprises de franchisage les plus importantes sont Kwik-Kopy Canada, Print Three Franchising et Zippy Print, qui comptent à elles trois environ 300 franchises au Canada.

Une caractéristique particulière du secteur de l'imprimerie commerciale, comparativement aux autres industries

manufacturières, est que son marché est divisé en deux groupes linguistiques. En outre, pour de nombreuses commandes d'impression, l'acheteur et le fournisseur doivent avoir accès l'un à l'autre pour la correction des épreuves et des bleus avant l'impression. Normalement, l'imprimeur commercial obtient des commandes grâce à ses relations personnelles avec ses clients. Le recours aux intermédiaires, comme les distributeurs, les sous-traitants ou les courtiers, est limité aux imprimeurs spécialisés.

La structure de l'industrie de l'imprimerie commerciale dans les autres pays industrialisés est semblable à celle de l'industrie canadienne. Aux États-Unis, par exemple, environ 80 % des imprimeries emploient moins de 20 personnes et elles sont installées dans les États à forte densité de population et à activité commerciale intense.

Rendement

L'imprimerie commerciale est une industrie qui a une longue tradition. La première imprimerie canadienne remonte à 1751. L'industrie fabrique une grande variété de produits. La demande est influencée par toute une série de facteurs à la fois complexes et interdépendants, y compris le niveau d'éducation de la population, les loisirs, le revenu disponible et l'état général de l'économie. Ces facteurs ont eu une influence favorable sur l'imprimerie commerciale entre 1982 et 1989.

Celle-ci, dans le passé, s'est mieux comportée que le secteur manufacturier pris dans son ensemble et que l'économie en général. Entre 1982 et 1989, les expéditions du secteur, en dollars constants et courants, ont augmenté à des taux annuels de 4,5 % et de 9,9 % respectivement (figure 2). La part de cette industrie dans les expéditions de produits manufacturés est passée de 1,7 à 2 %. En général, les expéditions du secteur de l'imprimerie commerciale canadienne ont connu une croissance parallèle à ce que l'on pouvait observer aux États-Unis.

Durant la dernière décennie, le marché potentiel de l'industrie de l'imprimerie commerciale a été graduellement érodé par les imprimeries « internes ». Les facteurs de commodité, de rapidité et de confidentialité expliquent en grande partie la croissance de cette activité.

Une vague d'acquisitions a aussi marqué cette industrie durant la dernière décennie. Souvent, les nouveaux acheteurs se hâtaient de rationaliser les entreprises et, dans certains cas, de les spécialiser, afin de les rendre rentables et plus concurrentielles. Comme nous l'avons déjà mentionné, les cinq entreprises d'imprimerie les plus importantes ont fourni environ 35 % des expéditions durant l'année 1989, comparativement à environ 20 % pour les cinq entreprises les plus importantes, en 1980.

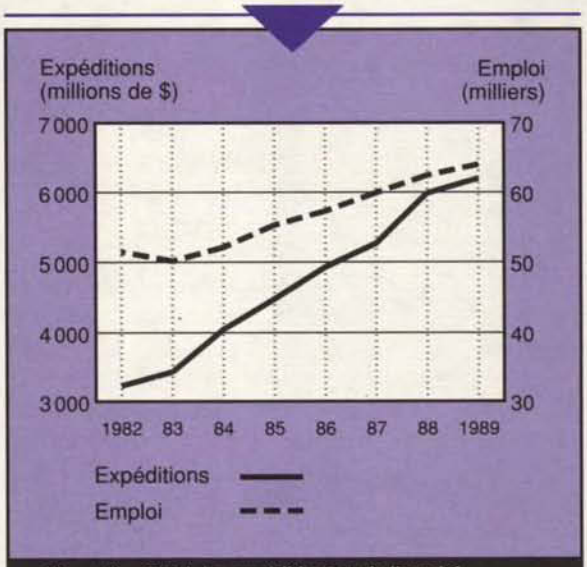


Figure 2 — Total des expéditions et de l'emploi

Les exportations de produits d'impression commerciale sont passées de 63 millions de dollars en 1982 à 221 millions en 1988; elles sont cependant retombées à 191 millions de dollars en 1989. L'accroissement net des exportations en fonction de la production totale de cette industrie est passé de 2 % à 3,1 %. Les importations, qui étaient de 241 millions de dollars en 1982, ont atteint 398 millions de dollars en 1989. Les importations ont augmenté plus lentement que les expéditions intérieures, leur part du marché canadien passant de 7,1 à 6,2 %. Cependant, les tarifs et, à un moindre degré, les barrières non tarifaires sont des facteurs importants dans la limitation des importations au Canada. Le déficit commercial du Canada dans le secteur des produits de l'impression commerciale a augmenté; de 178 millions de dollars qu'il était en 1982, il est passé à 207 millions de dollars en 1989.

Entre 1982 et 1989, les emplois dans cette industrie ont augmenté en moyenne de 3,2 % par année (figure 2). Durant cette période, les compétences de la main-d'œuvre de l'industrie ont évolué. Il fut une époque où l'imprimerie commerciale canadienne et américaine employait surtout des ouvriers de métier très spécialisés. Cependant, l'automatisation étendue qu'a connue l'imprimerie commerciale au cours des récentes années a réduit le besoin d'ouvriers de métier spécialisés en faveur de techniciens moins spécialisés. Cette industrie a toujours offert des salaires plus élevés que l'ensemble du secteur industriel, même si l'écart tend maintenant à diminuer.

Le meilleur moyen d'acquérir de la compétence dans le secteur de l'imprimerie demeure encore celui de la formation sur le tas dispensée par la direction, les syndicats et les fournisseurs d'équipement. En outre, pour certains aspects

des arts graphiques, on peut recevoir la formation voulue dans les institutions d'enseignement secondaire et post-secondaire.

La majorité des petits imprimeurs obtiennent le financement dont ils ont besoin à même leurs propres fonds ou en contractant des prêts auprès des banques à charte et des sociétés de fiducie. Les entreprises les plus importantes ont tendance à recourir au financement public. En général, ce secteur industriel n'éprouve aucune difficulté majeure à obtenir les fonds dont il a besoin, ce qui témoigne de sa stabilité et de sa rentabilité.

Les bénéfices avant impôts réalisés sur l'ensemble des revenus et sur le capital, ont toujours dépassé ceux de l'ensemble du secteur industriel. Ainsi, en 1987 (dernière année pour laquelle nous disposons de statistiques), le ratio du rendement, avant impôts, du secteur de l'imprimerie commerciale au chapitre des capitaux était de 22,1 %, comparativement à 16,2 % pour l'ensemble du secteur manufacturier. En général, les grandes entreprises d'imprimerie commerciale ont mieux réussi dans ce domaine que les PME du même secteur.

Forces et faiblesses

Facteurs structurels

Dans cette industrie, la clientèle se compose surtout de petits acheteurs qui, à intervalles irréguliers, passent de petites commandes pour une variété de produits. Pour ces clients, la qualité du produit et du service importe davantage que les prix. Par conséquent, les petits travaux et les petites imprimeries ne sont pas soumis à la concurrence internationale. Par contre, le prix est d'une importance fondamentale dans les impressions à grand tirage. Parmi les entreprises de grande et de moyenne envergure, il y a une concurrence très forte au plan intérieur et international. En bonne partie, l'industrie canadienne a été mise sur pied pour desservir un marché canadien assez resteint et protégé par des tarifs élevés. Par conséquent, l'ensemble de l'industrie a évolué sans ressentir le besoin de devenir concurrentielle au plan international.

Malgré une protection tarifaire élevée, le secteur canadien de l'imprimerie affiche une balance commerciale déficitaire avec les États-Unis. Le secteur américain, comme le canadien, compte un grand nombre de petites entreprises. Cependant, les Américains ont un avantage en ce qui a trait à l'envergure relative de leurs plus grands établissements et de leurs plus grandes entreprises, qui éclipsent nettement leurs concurrentes canadiennes. Par exemple, R.R. Donnelley & Sons, l'imprimeur commercial le plus important des États-Unis, a réalisé en 1989 pour 3,7 milliards de dollars CAN de ventes. Ce chiffre équivaut à environ 60 % des expéditions totales de l'ensemble des imprimeurs commerciaux du Canada.

En outre, les principaux imprimeurs américains possèdent moins d'imprimeries que leurs homologues canadiens. Les installations américaines s'adonnent généralement à l'impression à grand tirage d'un nombre limité de produits. À l'opposé, les principales entreprises canadiennes disposent de nombreuses installations à travers le pays et produisent une plus grande variété d'imprimés pour distribution sur les marchés local et régional.

Les coûts les plus importants auxquels font face les imprimeurs sont liés à la matière première et aux salaires, qui représentent respectivement environ 30 % et 23 % des prix de vente. Compte tenu des taux de change, les coûts de la plupart des matières premières ont été, en 1989, plus importants au Canada qu'aux États-Unis. L'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale n'a pas connu de difficultés graves d'approvisionnement ces dernières années; toutefois, certaines qualités et certains formats de papier se sont faits rares. Ces pénuries ont forcé les imprimeurs canadiens à importer une partie de leurs matières premières, particulièrement des États-Unis.

En plus, les salaires horaires sont maintenant légèrement plus élevés au Canada qu'aux États-Unis. En outre, la productivité de la main-d'œuvre, compte tenu du taux de change, était en 1987 d'environ 30 % plus élevée aux États-Unis. Cet écart de productivité peut être attribué à plusieurs facteurs. Dans l'ensemble, les principaux imprimeurs américains sont beaucoup plus gros que leurs homologues canadiens et ils réalisent par conséquent de plus grandes économies d'échelle. En plus, la division en deux groupes linguistiques au sein d'un marché canadien déjà plus restreint donne lieu à des tirages plus modestes et empêche de telles économies. Enfin, le marché américain, beaucoup plus grand, peut supporter un plus haut niveau de spécialisation chez les imprimeurs.

Alors que la plupart des principaux imprimeurs canadiens utilisent les technologies de pointe, l'imprimerie commerciale en général ne s'est pas modernisée comme l'a fait l'industrie américaine. Les ratios des dépenses de capital par rapport au pourcentage des ventes et des dépenses de capital par travailleur de la production ont toujours été plus bas au Canada qu'aux États-Unis. Pourtant, dans l'ensemble, les imprimeurs canadiens ont obtenu un rendement aussi intéressant que leurs homologues américains en termes de bénéfices avant impôts sur leurs opérations et sur le rendement des investissements. Les investissements sont moins élevés au Canada et cela est dû en bonne partie aux attitudes plus

traditionnelles des gestionnaires canadiens. La lutte que se livrent les imprimeurs pour obtenir une meilleure part du marché est plus vive aux États-Unis qu'au Canada, ce qui a eu pour effet d'augmenter les dépenses de capital.

Les avantages de l'industrie canadienne sont les suivants : bien qu'elle ne soit pas concurrentielle avec l'industrie américaine au chapitre des coûts, elle a la réputation de l'être en ce qui a trait à la qualité. Au cours des dix dernières années, la consolidation de l'industrie a fait des progrès significatifs au Canada. De plus en plus d'imprimeurs canadiens se rendent compte qu'ils doivent davantage orienter leurs activités en fonction du marché.

Pour les imprimeurs qui desservent seulement les marchés locaux, les coûts du transport ne constituent pas un facteur important. Cependant, pour les entreprises intéressées à desservir un marché occupant un territoire plus vaste, les distances comptent davantage. En conséquence, le gros des échanges commerciaux entre le Canada et les États-Unis dans le domaine de l'imprimerie se font entre partenaires installés relativement près des frontières.

Les styles de gestion des entreprises de dimensions équivalentes au Canada et aux États-Unis sont similaires. Dans la plupart des cas, les entreprises les plus importantes recourent à des systèmes de gestion plus efficaces. Les petites entreprises sont la propriété de personnes qui ont de l'expérience dans les domaines de l'imprimerie et de la vente directe et moins d'expertise dans certaines autres fonctions. Ces sociétés sont trop petites pour se permettre d'embaucher une équipe de gestionnaires spécialisés.

Facteurs liés au commerce

Au Canada, comme dans la plupart des pays industrialisés, les périodiques, les journaux et les livres entrent en franchise. En outre, le Canada laisse entrer en franchise certains autres imprimés sélectionnés comme les cartes géographiques, les billets de banques et les calendriers religieux. En 1989, environ 40 % de toutes les importations d'imprimés commerciaux sont entrées au Canada en franchise. En 1989, le tarif de la nation la plus favorisée variait de 6,8 à 28,6 %. En particulier, les imprimés publicitaires, le groupe de produits le plus important et celui qui affiche le taux de croissance le plus élevé, étaient protégés par des tarifs de 24,3 % et de 28,6 %. Pour leur part, les États-Unis laissaient les imprimés publicitaires entrer en franchise en 1989. Les tarifs de la nation la plus favorisée aux États-Unis variaient de 0,4 % à 5,8 %. En comparaison, les tarifs de la Communauté européenne (CE) variaient de 2,5 à 7,2 %, en 1989, alors que les tarifs japonais n'excédaient pas 4,2 %.

Plusieurs pays utilisent des barrières non tarifaires pour soutenir leur industrie de l'imprimerie commerciale. L'article 19 de la *Loi canadienne de l'impôt* constitue une disposition importante à cet égard. En vertu de cet article, mis en vigueur en 1964, les annonceurs canadiens n'ont pas le droit de déduire de leurs revenus imposables leurs dépenses de publicité s'adressant au marché canadien, lorsque la publicité a été placée dans des journaux ou des périodiques non canadiens. Pour être considérés comme « canadiens », les journaux et les périodiques doivent, entre autres, être composés et imprimés au Canada. Aux États-Unis, une des importantes barrières non tarifaires empêche l'importation de billets de loterie.

L'imprimerie n'est pas touchée par l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) sur les politiques d'achat du gouvernement. Les pratiques d'achat du gouvernement constituent une barrière non tarifaire d'importance majeure affectant le commerce des imprimés. Au Canada, le gouvernement fédéral adresse ses appels d'offres exclusivement aux imprimeries canadiennes, et la plupart des provinces et des municipalités accordent une forme quelconque de traitement privilégié aux imprimeries locales. Aux États-Unis, au sein de la Communauté européenne et au Japon, les gouvernements ont également adopté des politiques d'achat qui accordent un statut privilégié aux imprimeries de leur propre pays.

Le Canada et les États-Unis exigent que la plupart des imprimés importés portent la marque du pays d'origine. Au cours des ans, un grand nombre d'imprimeurs canadiens ont déclaré que les exigences américaines nuisaient à leurs exportations.

En vertu de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE), les tarifs sur les imprimés et la matière première seront abolis en date du 1er janvier 1993. En outre, à compter du 1er janvier 1989, le Canada a supprimé l'obligation de composition et d'impression au Canada de la liste des exigences servant à définir les journaux et les périodiques canadiens aux fins de dépenses publicitaires admissibles à une déduction fiscale. Les États-Unis mettront fin, à compter du 1er janvier 1993, à leur embargo sur les billets de loterie, mais les restrictions en vigueur dans chaque État continueront à s'appliquer.

Facteurs technologiques

Au Canada, comme dans la plupart des autres pays, très peu d'imprimeurs consacrent des fonds de façon soutenue au développement de nouveaux produits ou à l'amélioration des produits existants. Le peu de recherche et de développement (R.-D.) qui se fait dans cette industrie pour améliorer les produits existants ou pour mettre au point de nouveaux produits est réalisé dans des sous-secteurs spécialisés, comme ceux des formulaires commerciaux et des documents

de sécurité. De même, l'imprimerie commerciale dans le monde se fie généralement aux fabricants de machines et d'équipement pour lancer des techniques nouvelles de production. À cause des nombreuses méthodes d'impression qui entrent en concurrence, ces fabricants réalisent des programmes intensifs de R.-D. dans le but d'obtenir une part plus importante du marché.

Ces dernières années, les efforts ont surtout porté sur l'automatisation des procédés de pré-impression, d'impression et de post-impression et sur l'amélioration du rythme de production des machines et du matériel. Une des innovations les plus intéressantes a été l'avènement des systèmes d'édition électronique (éditique). Cette technologie a complètement transformé les opérations de pré-impression.

La plupart des travaux de R.-D. se font à l'étranger, surtout aux États-Unis, en Allemagne et au Japon. Cependant, on peut avoir accès aux nouvelles technologies les plus sophistiquées dans le monde entier. Grâce à ces technologies, l'industrie de l'imprimerie, partout dans le monde, se transforme lentement; de secteur à haute densité de main-d'œuvre recrutée dans les corps de métier, elle devient un secteur à haute densité de capital et à forte intensité technologique. La machinerie et le matériel d'imprimerie sont dorénavant accessibles à des prix variés, de même que pour des productions et des rendements divers.

Les dépenses annuelles moyennes de capital consenties par l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale au cours de la dernière moitié des années 1980 ont été beaucoup plus considérables qu'au cours de la première moitié. Quoiqu'en général le secteur canadien ne soit pas encore à la hauteur du secteur américain, plus nombreux sont les imprimeurs canadiens qui disposent d'une machinerie et d'un équipement à la fine pointe du progrès et qui sont tout à fait au courant des nouvelles technologies de production.

Autres facteurs

Les processus de fabrication utilisés dans le secteur de l'imprimerie commerciale ne posent pas de problèmes sérieux touchant la pollution, la santé ou la sécurité au travail. Malgré tout, le secteur canadien, à l'instar du secteur américain, a dû se conformer à des règlements fédéraux, provinciaux et municipaux de plus en plus exigeants dans les domaines de la propreté de l'air, de l'élimination des déchets et de la sécurité des travailleurs. Les imprimeurs ont dû prendre une série de mesures correctives, y compris l'installation d'appareils antipollution, de systèmes de recyclage et d'appareils de récupération.

À tous les niveaux, les ministères et organismes du gouvernement sont de grands consommateurs d'imprimés. Ainsi, au cours de l'année financière 1988–1989, Approvisionnements et Services Canada a acheté, pour le compte du gouvernement fédéral, des imprimés d'une valeur de 154 millions de dollars. Par ailleurs, le gouvernement fédéral ainsi que plusieurs gouvernements provinciaux exploitent leurs propres services d'impression. Ainsi, environ 30 % des besoins du gouvernement fédéral sont comblés par des ateliers internes.

Près du quart de la production de l'imprimerie commerciale est livrée par la poste. Par conséquent, toute modification des tarifs et des règlements postaux ainsi que toute perturbation dans la distribution du courrier ont des répercussions sérieuses sur le secteur de l'imprimerie.

Au cours de la dernière décennie, les gouvernements fédéral et provinciaux ont pris diverses initiatives pour favoriser la croissance des secteurs de l'édition des livres et des périodiques. Les imprimeries commerciales canadiennes ont profité de la nouvelle vigueur de l'industrie de l'édition.

Un bon nombre des produits du secteur de l'imprimerie commerciale et de l'édition sont assujettis aux dispositions de la *Loi sur le droit d'auteur*. La protection assurée par cette loi est importante si l'on veut favoriser la création. Cette loi était tombée en désuétude et ne protégeait plus les auteurs de façon adéquate. Une première série de révisions importantes a été réalisée en juin 1988. Une importante révision touchant les industries de l'édition et de l'imprimerie commerciale concerne les peines prévues pour les infractions. En vertu de la loi révisée, les peines sont plus sévères, pouvant atteindre un million de dollars et cinq ans d'emprisonnement, comparativement à des amendes de seulement 200 dollars et à des peines de deux mois de prison selon l'ancienne loi. Une deuxième série de modifications touchant surtout les utilisateurs de matériel couvert par le droit d'auteur sera vraisemblablement déposée devant le Parlement dans un avenir rapproché.

Évolution du milieu

Au moment où nous rédigeons ce profil, l'économie du Canada de même que celle des États-Unis montrent des signes de redressement, à la suite d'une période de récession. Après avoir vu leurs carnets de commandes diminuer, les entreprises du secteur de l'imprimerie ont dû subir des pressions sous-jacentes les incitant à une restructuration à long terme. Dans certains cas, ces pressions cycliques ont eu pour effet d'accélérer le processus d'adaptation et de restructuration. Avec les signes de relance, même s'ils sont encore irréguliers, la perspective à moyen terme va s'améliorer. L'effet du phénomène sur le secteur de l'imprimerie dépend du rythme même de la relance.

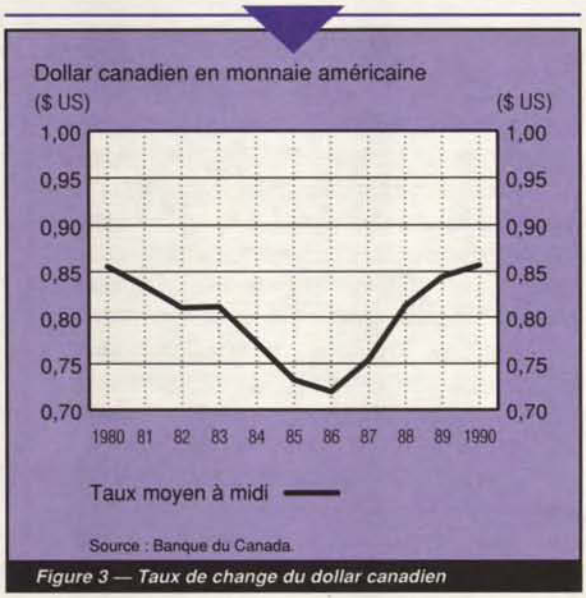


Figure 3 — Taux de change du dollar canadien

En 1990, l'industrie a connu une diminution de la demande : il s'est ensuivi une surcapacité de production, des mises à pied, des fermetures d'ateliers, des réductions de prix et une diminution des profits.

Dans l'ensemble, la demande canadienne pour les imprimés va augmenter modérément à moyen terme. Parmi les facteurs qui continueront d'avoir une influence positive, il faut noter le temps consacré aux loisirs et la hausse du niveau d'éducation. Par contre, certains facteurs auront un effet négatif dont le ralentissement de la croissance démographique et la récente récession. Au cours des prochaines années, on devrait assister à la généralisation de certaines techniques de pointe comme les systèmes de transaction électronique, les systèmes informatisés de microfilm, le vidéotex et autres méthodes non imprimées de transmission et de stockage de l'information. Ces techniques auront un effet négatif sur quelques produits du secteur de l'imprimerie, notamment, certains types de formulaires imprimés et d'annuaires. Le marché continuera à être érodé dans une certaine mesure par les produits qui remplacent les imprimés, mais la société « sans papier » n'est pas encore pour demain. Cependant, les ateliers « internes » vont continuer à grignoter le marché de l'industrie de l'imprimerie.

En décembre 1989, le gouvernement fédéral faisait connaître son intention d'éliminer graduellement ses subventions postales aux journaux, aux périodiques et aux livres. En outre, ces produits, exempts de l'ancienne taxe de vente aux manufacturiers, sont maintenant taxables en vertu de la taxe sur les produits et services (TPS) entrée en vigueur le 1er janvier 1991. Ces deux mesures auront vraisemblablement un effet défavorable sur l'industrie de l'édition et, par voie de conséquence, sur l'imprimerie commerciale.

Sur le plan international, le marché américain devrait rester, à moyen terme, un débouché assez intéressant pour les imprimeurs canadiens compétents, à moins que le dollar canadien n'augmente par rapport au dollar américain. Pour les mêmes raisons, une chute du dollar canadien aurait une incidence positive à court terme sur le niveau de concurrence internationale des imprimeurs canadiens (figure 3), mais risquerait de ranimer les pressions inflationnistes au Canada.

Comme les prévisions concernant l'économie nord-américaine pour les prochaines années sont assez pessimistes, les imprimeurs commerciaux investiront plutôt dans l'amélioration de leur capacité concurrentielle que dans l'accroissement de leur capacité de production.

Il est probable que les grands établissements ainsi que les expéditions se concentreront toujours davantage entre les mains des principales entreprises. Un bon nombre d'imprimeurs considèrent que l'acquisition constitue la meilleure stratégie d'entreprise pour s'installer sur de nouveaux marchés.

À moyen terme, on ne prévoit pas de pénurie de papier ni d'autres matières premières, mais il y aura sans doute des pénuries occasionnelles. En réponse aux préoccupations écologiques de la population, l'utilisation du papier recyclé connaîtra une expansion substantielle. L'industrie de l'imprimerie consomme peu d'énergie, de sorte que des augmentations modérées des prix de l'énergie ne vont pas affecter sa capacité de soutenir la concurrence.

En général, l'industrie ne devrait faire face à aucun problème majeur pour attirer les travailleurs dont elle a besoin. Cependant, les compétences et les aspirations de la main-d'œuvre canadienne de même que les exigences de l'imprimerie commerciale pourraient donner lieu à des conflits face aux besoins de l'industrie, et provoquer des embouteillages dans certains domaines. En ce qui concerne la gestion, il faut noter que le matériel sera plus cher, les choix seront plus nombreux et la concurrence sera plus serrée. Cela mettra de la pression sur les épaules des imprimeurs qui devront gérer avec plus d'efficacité leurs ressources humaines et financières ainsi que leur activités de commercialisation. C'est pourquoi Emploi et Immigration Canada a entrepris une étude sur les conditions présentes et sur les perspectives d'emploi dans l'industrie de l'imprimerie et les secteurs connexes. Cette étude sera terminée en 1991.

À moyen terme, les développements techniques apportés par les fabricants de machinerie et d'équipement devraient se poursuivre à un rythme assez rapide. Cependant, au cours des années qui viennent, on n'attend aucune technologie révolutionnaire. La R.-D. devrait porter sur l'amélioration

des techniques actuelles. L'électronique et l'ordinateur continueront leur percée dans les imprimeries, quelle que soit leur envergure, pour en améliorer la qualité, la vitesse, l'efficacité et la rentabilité.

L'ALE a des effets négatifs sur l'industrie canadienne de l'imprimerie, car l'élimination des tarifs canadiens en cinq ans permettra aux grandes industries américaines de tirer parti de leurs économies d'échelle et d'augmenter leur part du marché canadien. Avec la première élimination de tarif en 1989, plusieurs imprimeurs américains ont commencé, pour la première fois, à solliciter d'importants contrats au Canada, alors que d'autres, qui exportaient déjà dans ce pays, ont accru leurs activités de commercialisation. Déjà, certains imprimeurs américains ont obtenu plusieurs commandes importantes. En 1989, les importations canadiennes de l'ensemble des imprimés provenant des États-Unis se chiffraient à 322 millions de dollars, une augmentation de 17,1 % par rapport à 1988, l'augmentation annuelle la plus importante depuis 1984. À elles seules, les importations canadiennes de matériel de publicité ont augmenté de 51,7 % entre 1988 et 1989.

En outre, la levée de l'obligation de composition et d'impression au Canada pour les journaux et les périodiques a poussé certains imprimeurs canadiens à faire imprimer leurs produits par des imprimeurs américains. Heureusement, il est probable que peu d'éditeurs canadiens pourront profiter de cette situation à cause des coûts du transport et de l'obligation qu'ils ont de préserver une image canadienne distincte. En 1989, les imprimeurs canadiens ont tiré des revenus d'environ 500 millions de dollars de l'impression de journaux et de périodiques.

Un certain nombre d'imprimeurs canadiens, surtout des entreprises de moyenne envergure, trouveront difficile de s'adapter à l'accroissement de la concurrence qui leur est faite par les importations. D'autre part, les exportations canadiennes pourraient s'accroître à la suite de l'abolition des tarifs américains sur les imprimés et de la levée de l'embargo sur les billets de loterie. À la suite de l'ALE, les imprimeurs canadiens ont manifesté plus d'intérêt pour l'exportation.

En plus d'une concurrence plus serrée de la part des fournisseurs américains, l'industrie canadienne de l'imprimerie devra faire face à des pressions plus fortes des importations en provenance des pays d'outre-mer, à cause des innovations technologiques. Comme on l'a souligné plus haut, de nombreuses commandes exigent que l'acheteur et l'imprimeur soient proches l'un de l'autre. Les récentes améliorations dans les technologies des communications, y compris les télécopieurs et les satellites, faciliteront les communications à distance, notamment en permettant la transmission, à des coûts raisonnables, des films et des épreuves de composition entre les imprimeurs et leurs clients.

Évaluation de la compétitivité

La concurrence internationale touche surtout l'impression à grand tirage. Quelques grandes entreprises canadiennes très efficaces peuvent soutenir la concurrence sur le plan international. Cependant, dans l'ensemble, l'industrie canadienne n'est pas compétitive. On ne se préoccupe pas assez de profiter d'économies d'échelles et de se spécialiser. Une des principales caractéristiques de l'industrie est de compter sur des tarifs douaniers élevés pour empêcher la pénétration d'importants tirages en provenance des États-Unis. Cependant, les nombreuses imprimeries de petite taille qui desservent les marchés locaux et qui impriment à tirage limité ne sont généralement pas touchées par les importations.

En général, l'ALE a une incidence négative sur l'imprimerie commerciale canadienne. La plupart des imprimeurs canadiens d'importance ont commencé à répondre au défi posé par le libre-échange. Pour un certain nombre de raisons, y compris des facteurs économiques, des raisons de marché et des habitudes de gestion, les imprimeurs d'envergure moyenne semblent plus lents à s'adapter à l'accroissement de la concurrence. Cependant, compte tenu de ses forces inhérentes, l'industrie canadienne a tout ce qu'il faut pour s'adapter au libre-échange avec les États-Unis.

Pour plus de renseignements sur ce dossier, ou sur les études sectorielles d'ISTC (voir page 12) s'adresser à la

Direction générale des biens de consommation
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Imprimerie commerciale
235, rue Queen
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5
Tél. : (613) 954-3100
Télécopieur : (613) 954-3107

PRINCIPALES STATISTIQUES[a]

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Établissements	2 702	2 882	2 920	3 049	3 145	2 951	3 111	3 200[b]
Emploi	51 463	50 145	52 102	55 241	57 273	59 913	62 436	64 000[b]
Expéditions (millions de $)	3 227	3 430	4 049	4 482	4 931	5 264	5 985	6 200[b]
PIB[b] (millions de $ constants de 1981)	1 315	1 301	1 472	1 541	1 610	1 662	1 741	1 784
Investissements[c] (millions de $)	95,3	96,1	169,6	171,9	231,2	264,5	208,7	223,8
Bénéfices après impôts[d] (millions de $)	231,4	271,0	287,7	315,1	297,1	390,9	n.d.	n.d.
(% des revenus)	6,9	8,1	6,8	6,7	5,8	6,9	n.d.	n.d.

[a] Pour les établissements, l'emploi et les expéditions, voir *Imprimerie, édition et industries connexes*, nº 36-251 au catalogue de Statistique Canada, annuel, CTI 2811 (Industrie de l'impression des formulaires commerciaux) et CTI 2819 (Autres industries d'impression commerciale).

[b] Estimations d'ISTC.

[c] Voir *Dépenses d'immobilisations et de réparations, sous-industries manufacturières, perspective*, nº 61-214 au catalogue de Statistique Canada, annuel. Les statistiques citées représentent uniquement les dépenses d'immobilisations.

[d] Voir *Statistiques financières des sociétés*, nº 61-207 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

n.d. : non disponible

STATISTIQUES COMMERCIALES

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Exportations[a] (millions de $)	63	76	111	149	180	202	221	191
Expéditions intérieures (millions de $)	3 164	3 354	3 938	4 333	4 751	5 062	5 764	6 009[b]
Importations[c] (millions de $)	241	264	311	318	371	364	345	398
Marché canadien (millions de $)	3 405	3 618	4 249	4 651	5 122	5 426	6 109	6 407
Exportations (% des expéditions)	2,0	2,2	2,7	3,3	3,7	3,8	3,7	3,1
Importations (% du marché canadien)	7,1	7,3	7,3	6,8	7,2	6,7	5,6	6,2[b]

[a] Les statistiques à l'exportation citées dans ce dossier sous-estiment les exportations dans l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale. À des fins statistiques, les exportations canadiennes de journaux, de périodiques et de livres sont habituellement classifiées dans l'industrie de l'édition par Statistique Canada. Cependant, une bonne partie des exportations canadiennes dans ce secteur proviennent de sociétés classées dans l'industrie de l'imprimerie commerciale. Par ailleurs, l'essentiel des importations canadiennes de ces produits proviennent d'éditeurs étrangers et non d'imprimeries commerciales. Voir *Exportations par marchandise*, nº 65-004 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

[b] Estimations d'ISTC.

[c] Voir *Importation par marchandise*, nº 65-007 au catalogue de Statistique Canada, mensuel. Pour 1988 et les années qui suivent, les livres d'images et les albums à dessiner et à colorier sont exclus. Les données des années antérieures ont été révisées en conséquence. Il importe de noter que les données de 1988 et de 1989 se fondent sur le Système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (SH). Avant 1988, les données sur les expéditions, les exportations et les importations étaient classifiées selon la Classification des produits industriels (CPI), la Classification des marchandises d'exportation (CME), et le Code de la classification canadienne pour le commerce international (CCCCI), respectivement. Bien que les données soient présentées comme une série chronologique, nous rappelons que le SH et les codes de classification précédents ne sont pas entièrement compatibles. Ainsi, les données de 1988 ne traduisent pas seulement les variations des tendances des expéditions, des importations et des exportations, mais aussi le changement de système de classification. Il est donc impossible d'évaluer avec précision la part respective de chacun de ces deux facteurs.

PROVENANCE DES IMPORTATIONS[a] (% de la valeur totale)

	1984	1985	1986	1987	1988	1989
États-Unis	84,0	83,4	80,8	81,6	77,4	81,1
Communauté européenne	9,6	10,0	11,1	11,1	13,5	10,5
Asie	4,8	4,8	6,1	5,6	6,4	6,6
Autres	1,6	1,8	2,0	1,7	2,7	1,8

[a] Voir *Importation par marchandise*, nº 65-007 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

DESTINATION DES EXPORTATIONS[a] (% de la valeur totale)

	1984	1985	1986	1987	1988	1989
États-Unis	86,6	88,9	89,1	85,8	89,5	79,7
Communauté européenne	4,2	4,7	4,9	8,3	5,2	10,2
Asie	1,3	1,3	1,1	1,3	1,1	2,4
Autres	7,9	5,1	4,9	4,6	4,2	7,7

[a] Voir *Exportations par marchandise*, nº 65-004 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

RÉPARTITION RÉGIONALE[a] (moyenne de la période 1986–1988)

	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique
Établissements (% du total)	4,2	28,2	43,2	14,3	10,1
Emploi (% du total)	X	28,2	52,4	X	6,1
Expéditions (% du total)	X	28,1	53,7	X	6,5

[a] Voir *Imprimerie, édition et industries connexes*, nº 36-251 au catalogue de Statistque Canada, annuel, CTI 2811 (Industrie de l'impression de formulaires commerciaux) et CTI 2819 (Autres industries d'impression commerciale).

X : confidentiel

PRINCIPALES SOCIÉTÉS (1989)

Nom	Pays d'appartenance	Emplacement des principaux établissements
Corporation Moore Limitée	Canada	Toronto (10 ateliers au Canada, 140 à l'étranger)
Imprimerie Quebecor Incorporée	Canada	Montréal (34 ateliers au Canada, 11 aux États-Unis)
Imprimerie Transcontinentale G.T.C. Ltée	Canada	Saint-Laurent (9 ateliers au Canada, 3 aux États-Unis)
Maclean Hunter Limited – Division de l'imprimerie	Canada	Toronto (24 ateliers au Canada, 4 aux États-Unis)
Southam graphique	Canada	Toronto (22 ateliers au Canada, 3 aux États-Unis)

ASSOCIATIONS DE L'INDUSTRIE

Association canadienne de l'imprimerie
75, rue Albert, bureau 906
OTTAWA (Ontario)
K1P 5E7
Tél. : (613) 236-7208
Télécopieur : (613) 236-8169

Association des arts graphiques du Québec
65, rue de Castelnau ouest, bureau 101
MONTRÉAL (Québec)
H2R 2W3
Tél. : (514) 274-7446
Télécopieur : (514) 274-7482

INITIATIVES ET ÉTUDES SECTORIELLES

On peut obtenir les publications suivantes au Centre de services aux entreprises le plus rapproché de chez vous (voir l'intérieur de la page couverture) ou à l'administration centrale (voir l'adresse à la page 8).

Étude de l'industrie canadienne de l'impression de formulaires commerciaux
Février 1991, 56 pages.

Étude de l'industrie canadienne des cartes de souhaits
Mars 1989, 30 pages.

Étude de l'industrie canadienne de l'impression d'étiquettes
Juin 1988, 27 pages.

Étude de l'industrie du clichage lithographique au Canada
Mai 1990, 37 pages.

Ces études décrivent les structures fondamentales et les caractéristiques de chaque industrie, examinent leur rendement récent, font état de leur caractère concurrentiel en regard de leur homologue des États-Unis. Elles analysent également les grandes tendances susceptibles d'influencer, à moyen terme, son orientation future.

Imprimé sur du papier contenant des fibres recyclées.