

HC  
115  
• A252414  
no. 20

RAPPORT DU *Canada.*  
GROUPE D'ÉTUDE SUR

---

L'INDUSTRIE CANADIENNE DE  
L'IMPRIMERIE COMMERCIALE

---

Président, Pierre Des Marais II

DEPARTMENT OF  
TRADE & COMMERCE  
LIBRARY  
DEC 5 1978  
BIBLIOTHÈQUE  
MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE  
ET DU COMMERCE

R A P P O R T

GROUPE D'ÉTUDE CONSULTATIF SUR  
L'INDUSTRIE DE L'IMPRIMERIE COMMERCIALE

DATE

le 30 juin 1978

## TABLE DES MATIERES

	<u>Page</u> (i)
1 - Résumé de direction	1
2 - Section 1 - Objectif du rapport	1
3 - Section 2 - Résumé sur l'industrie	1
4 - Section 3 - Suppositions	3
5 - Section 4 - Questions débattues	4
A - L'Accord de Toronto	4
B - Aide à l'exportation	5
C - Evaluation des importations d'imprimés	5
D - Accord général sur les tarifs et le commerce	6
E - Achats gouvernementaux et l'AGTC	7
F - Droits de douane sur les presses pour les formules de bureau	7
G - Politiques gouvernementales sur l'approvisionnement	8
H - Concurrence provenant des institutions subventionnées par l'Etat	8
I - Le bureau de poste	9
J - La société de conservation	9
K - Publicité postale	10
L - Publicité pour les alcools et le tabac	10
M - Relations travailleurs/employeurs	11
N - Législation pour le contrôle de la pollution et législation pour la sécurité	11
O - Formation technique	12
P - Formation des cadres	12
Q - Approvisionnement en papiers d'impression	13
R - Déductions pour amortissement	14
S - Conversion au système métrique	14
6 - Section 5 - Impact global	14

RÉSUMÉ DE DIRECTION  
RAPPORT DU GROUPE D'ÉTUDE CONSULTATIF  
SUR L'INDUSTRIE DE L'IMPRIMERIE COMMERCIALE

L'industrie de l'imprimerie commerciale en général se porte relativement bien de nos jours, et pourra d'ailleurs garder cette belle santé si les employeurs, les employés et les gouvernements prennent les mesures nécessaires pour ce faire.

L'industrie est répartie un peu partout au Canada et ses compagnies garantissent un emploi stable, et les perspectives de croissance de l'industrie sont le reflet de celles du produit national brut.

Le marché intérieur des imprimeurs commerciaux est sujet à l'érosion à la suite des technologies concurrentes (par ex. la télévision) et des importantes quantités d'imprimés importés. Afin que cette industrie reste viable, il faudrait élargir ce marché. L'élément fondamental à cet effet consisterait à améliorer la productivité puisqu'il s'en suivrait une meilleure compétitivité de l'industrie à la fois sur les marchés nationaux et internationaux. Parmi les mesures que les gouvernements peuvent prendre en ce sens, on compte notamment:

- La ratification de l'Accord de Florence, ce qui préserverait ainsi l'exemption canadienne de la clause sur la fabrication de la Loi sur le droit d'auteur des États-Unis et ce qui ouvrirait le marché américain du livre aux manufacturiers canadiens.
- Une nouvelle formule d'évaluation pour les imprimés importés comme moyen de protection du marché intérieur.
- La suppression des droits de douane sur les presses pour les formules de bureau.
- L'engagement permanent de présenter des politiques d'approvisionnement d'imprimés par les gouvernements.
- La mise en place d'un service postal continu et digne de confiance à des taux compétitifs.
- Le refus de recommandations comme celles qui se trouvent dans les arguments sur la société de conservation et dans les suggestions visant à bannir certains genres de publicité de produits vendus légalement et qui n'atteignent pas les résultats sociaux désirés mais qui mettent en danger l'industrie de l'imprimerie.

L'industrie n'a pas préconisé de nouvelles politiques gouvernementales exigeant d'importantes dépenses des fonds publics. Bien au contraire, seuls de petits ajustements sont recommandés qui permettraient à l'industrie d'être davantage compétitive. L'industrie dispose des aptitudes technologiques et de l'équipement nécessaire pour être concurrentielle sur le marché international. Avant toute chose, elle exige du gouvernement l'instauration d'un climat dans lequel il sera possible d'améliorer la productivité, ce qui conduira à des économies d'échelle.

RAPPORT DU GROUPE D'ÉTUDE CONSULTATIF  
SUR L'INDUSTRIE DE L'IMPRIMERIE COMMERCIALE

SECTION 1: OBJECTIF DU RAPPORT

À l'heure actuelle, l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale en général est en bonne santé. Le présent rapport identifie les tendances qui, si elles ne sont pas planifiées à court terme, pourront entraîner une certaine stagnation de l'industrie dans les années à venir. Si les employeurs, les employés et les gouvernements de tous les niveaux désirent contribuer au succès de l'industrie, celle-ci continuera d'être un facteur important de la vie sociale, culturelle et économique de la nation.

L'objectif du rapport est de présenter des recommandations destinées à promouvoir la productivité de l'industrie. Nous avons jugé qu'en y arrivant la plupart des autres problèmes auxquels fait face l'industrie seraient réglés ou à tout le moins minimisés. Le présent rapport porte sur plusieurs points particuliers pour lesquels des actions gouvernementales positives contribueraient à la bonne santé et à l'aspect concurrentiel de l'industrie, à la fois sur le marché national et sur le marché international.

SECTION 2: RÉSUMÉ SUR L'INDUSTRIE

On pourra trouver en annexe une version mise à jour du profil de secteur intitulé "L'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale". Ce document de travail a été endossé comme étant un reflet exact de l'industrie. En particulier, les points suivants reflétés dans le profil décrivent l'industrie:

- L'industrie de l'imprimerie commerciale se compose d'établissements fabriquant tout d'abord des produits hors série.
- Les importations d'imprimés dépassent énormément les exportations. Les importations sont restées à un niveau relativement stable mais élevé durant de nombreuses années en termes de part du marché intérieur. Les niveaux d'exportations ont augmenté mais jouent toujours un rôle insignifiant dans les activités totales de l'industrie.
- La valeur ajoutée par travailleur de la production dans l'industrie de l'imprimerie commerciale tend à augmenter au fur et à mesure que les compagnies deviennent plus grosses.
- Les imprimeurs canadiens rencontrent des difficultés pour arriver à de hauts niveaux de production en raison d'un marché intérieur limité.
- Les imprimeurs canadiens sont suffisamment bien équipés pour desservir les marchés existants. Au fur et à mesure que les marchés grossissent, l'installation d'équipement plus productif sera possible.
- La disponibilité de papier influencera l'aspect croissance et la capacité de l'industrie à entrer de façon agressive sur les marchés de l'exportation.
- Le marché pour l'imprimerie commerciale suit une tendance semblable à la croissance du Produit national brut.

Le groupe d'étude pense que cette description doit être quelque peu élargie puisqu'il existe plusieurs caractéristiques qui font de l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale un cas relativement unique. La connaissance de ces attributs est essentielle pour placer les recommandations du présent rapport dans leur propre contexte.

Il existe davantage d'établissements d'imprimerie commerciale au Canada qu'il y a d'établissements dans tout autre secteur de la fabrication. Ces établissements se trouvent dans presque toutes les communautés de toute taille à travers le pays. Il est important pour tous les niveaux des gouvernements canadiens que l'industrie reste en bonne santé puisque celle-ci est capable de contribuer aux buts nationaux suivants:

- une base d'emplois croissante et stable

- la consommation de matières brutes canadiennes
- la contribution au bien-être économique de toutes les parties du Canada
- un véhicule essentiel au développement d'une culture canadienne distincte
- la propriété canadienne substantielle
- une expansion permanente
- intérêt dans le développement du marché de l'exportation et aptitude à y participer.

De nombreux autres facteurs permettent également à l'industrie d'être unique en son genre, et ils méritent d'être notés. Avant tout, l'imprimerie commerciale est une véritable industrie de fabrication de travaux à façon dont la production satisfait aux besoins des autres. Ce statut de fabricant doit être conservé pour des raisons fiscales. Il reflète le processus de conversion du papier et d'autres matières brutes sous la forme de produits finis. Bien qu'il s'agisse sans aucun doute d'une industrie de fabrication, il existe un facteur service important dans l'imprimerie commerciale à la suite du rapport fabricant/client qui existe. Les clients ne passent pas commande d'imprimés en tant que tels; ce qu'ils recherchent, c'est un moyen de disséminer des renseignements ou de contenir un produit de consommation, ou encore de faciliter un processus commercial. Ainsi, l'industrie est composée d'entreprises impliquées dans la fabrication tertiaire et les attentes que l'on a pour le développement du marché de l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale sont liées au développement général de l'économie canadienne. Par conséquent, l'industrie appuie sans réserve les initiatives prises à la réunion des Premiers Ministres pour lancer le programme "Magasinons à la Canadienne".

À court et moyen termes, la demande de produits imprimés est relativement peu élastique du point de vue de la croissance. Il existe peu d'occasions où il est possible pour des compagnies de l'industrie de créer rapidement de nouveaux et importants marchés nationaux pour l'imprimerie. Ainsi, la concurrence au sein de l'industrie pour l'expansion du marché est intense et s'effectue généralement en enlevant des commandes d'un autre imprimeur. Au moment de la prise de décision pour transférer des demandes d'imprimerie existantes à d'autres organes d'information ou pour annuler des commandes d'imprimés pour toute autre raison, c'est toute l'industrie d'une côte à une autre qui est touchée. Dans la plupart des cas, l'imprimeur qui perd la commande peut récupérer ses pertes, mais il y arrive généralement au détriment d'autres compagnies de l'industrie. Par conséquent, les décisions gouvernementales qui affectent le marché des imprimeurs commerciaux n'ont pas nécessairement un impact final sur un nombre relativement petit de grosses compagnies. Très souvent, l'impact final sera ressenti dans de petites ou moyennes compagnies très éloignées de celles qui à l'origine ont été touchées par les pertes.

L'imprimeur commercial est également unique dans le secteur de la fabrication en termes de financement. L'industrie tire la plupart de son financement par le biais de réseaux commerciaux normaux contrairement au degré de financement public qui existe dans la plupart des autres secteurs de la fabrication.

Un autre facteur rendant l'industrie de l'imprimerie relativement unique en son genre au sein du secteur manufacturier est le degré de vulnérabilité à l'érosion de son marché. Les compagnies de tous les autres domaines économiques, ainsi que les gouvernements et les institutions d'enseignement, examinent de façon constante les possibilités de mettre sur pied leurs propres installations d'imprimerie afin de disposer d'un service plus rapide et (ou) de réduire les coûts. Le présent rapport ne réfutera pas les arguments pour des imprimeries privées bien que des arguments substantiels à cet effet existent. Ce que l'on veut faire ressortir, c'est le caractère unique de cette industrie. Nous ferons un peu plus loin dans ce rapport des références précises aux politiques d'approvisionnement des organisations financées par des fonds publics.

L'explosion technologique des récentes années a eu un impact significatif sur l'industrie en termes de concurrence sur son marché traditionnel. D'autres moyens d'information, notamment la télévision, ont érodé des marchés pour des imprimeurs commerciaux; le développement de systèmes efficaces et à bon marché de reproduction électrostatique a permis à plusieurs genres d'opérations n'ayant rien à voir avec l'imprimerie d'être capables de rencontrer la plupart de leurs besoins en imprimés; d'autre part, l'utilisation de l'ordinateur devient une menace de plus en plus grande pour le marché des imprimeurs.

Pour bien comprendre l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale, il faut également considérer un autre facteur très important à savoir que l'industrie est hautement structurée et organisée à la fois du point de la direction et de celui de la main-d'oeuvre. Bien qu'il existe un grand nombre de syndicats, les trois plus importantes organisations syndicales actives dans l'industrie sont le Syndicat international des arts graphiques/Graphic Arts International Union, le Syndicat international des employés d'imprimerie et de communications graphiques et l'Union internationale des typographes. Il y a toujours eu une forte tradition de responsabilités syndicales dans l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale, et ceci est un reflet des syndicats stables et progressistes qui existent, de même que des bonnes communications qui prévalent entre la direction et les employés. Une forte tradition d'artisanat existe dans tous les éléments de l'industrie et il s'agit là d'un facteur qui contribue à ces bonnes relations.

Les organisations patronales canadiennes comprennent le Conseil des industries d'imprimerie du Canada, le Packaging Association of Canada et le Canadian Envelope Manufacturers Institute. Plusieurs associations étrangères ont quelques membres canadiens, particulièrement dans les domaines hautement spécialisés comme l'impression instantannée, la fabrication de formules de bureau, et la typographie.

Au Canada, l'Association des industries graphiques/Graphic Arts Industries Association est la principale organisation patronale d'imprimeurs commerciaux en ce qui ne concerne pas les relations de travail. Ses 625 compagnies membres se trouvent un peu partout au Canada. D'autre part, l'Association représente l'Association canadienne des imprimés commerciaux, l'Association canadienne des manufacturiers de livres et les Fabricants canadiens de chèques de banque. Les membres comprennent également un large échantillonnage de typographes, de fabricants de plaques lithographiques et de relieurs. Enfin, 53 fournisseurs nationaux et internationaux de l'industrie de l'imprimerie et des industries annexes sont des membres associés de l'Association mais appartiennent également à des organisations spécialisées de leurs secteurs.

Règle générale, les intérêts de l'Association et ceux des cadres des compagnies non membres sont identiques ou extrêmement semblables. Dans les domaines des relations avec les gouvernements et de l'amélioration des niveaux de sophistication de la direction, il est difficile de penser à des exemples où il existe de grandes divergences d'opinions sur des sujets généraux. Néanmoins, il faut noter que l'Association parle pour environ 25 pour cent des établissements d'impression commerciale au Canada, bien que les membres de l'Association comptent pour quelques 75 pour cent de la valeur annuelle totale des expéditions.

Un dernier facteur qu'il faut considérer est celui du fort esprit d'entreprise qui existe au sein de l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale. C'est pourquoi, les propriétaires et gérants de cette industrie ne sont pas particulièrement attirés par l'intervention gouvernementale. Cependant, il est vrai que le Canada a une économie mixte et que le rôle des gouvernements dans les affaires de l'industrie ne peut être écarté.

Nous pensons que les gouvernements ont un rôle à jouer dans le développement d'un environnement stable pour l'industrie. On s'en rend bien compte dans la recommandation selon laquelle les gouvernements reconnaissent le besoin de l'industrie d'être en mesure de fonctionner selon une bonne planification. Ce qu'il manque actuellement au Canada dans la procédure économique, c'est une certaine conviction, et il est essentiel qu'elle soit restaurée dans l'intérêt de l'avenir industriel de la nation. D'autre part, les décisions gouvernementales semblent souvent être prises pour "le plus grand bien de la nation", ce qui peut avoir des conséquences néfastes sur l'industrie. Si les gouvernements jugent que des ajustements sont nécessaires, ceci devrait être entrepris de façon à ce qu'il y ait des consultations entre tous les éléments concernés. En fin de compte, les décisions gouvernementales qui touchent l'industrie devraient être considérées comme ayant un fort degré de permanence afin de réinstaurer la confiance nécessaire et de permettre une bonne planification à long terme.

Les gouvernements devraient être davantage conscients de l'impact de leurs programmes sociaux sur tous les aspects de la communauté. En tout temps, la politique gouvernementale devrait considérer le besoin de garder les travailleurs canadiens employés productivement et de maintenir les compagnies canadiennes compétitives aussi bien sur le marché national que sur le marché international.

### SECTION 3: SUPPOSITIONS

Bien que le groupe d'étude n'ait ni le temps ni les ressources disponibles pour étudier les

projections faites par le ministère des Finances sur la réalisation de l'économie canadienne, le sentiment général est que la croissance devrait se fixer à environ 3.5 à 4 pour cent en termes réels. Il est également présumé que:

1. Les déductions pour amortissements resteront constantes.
2. Le Canada ratifiera rapidement l'Accord de Florence, ou au moins abolira les tarifs sur les produits concernés afin de garantir l'accès au marché des États-Unis.
3. Toute réduction des tarifs sur les imprimés sera sélective et compensée par des réductions équivalentes des tarifs sur les matières utilisées par l'industrie (c'est-à-dire papier, encre, équipement).
4. Les gouvernements au Canada resteront favorables au système de l'entreprise concurrentielle.

#### SECTION 4: QUESTIONS DÉBATTUES

Le besoin de rester concurrentiel sur les marchés intérieurs et extérieurs est considéré comme la clé conduisant au succès futur de l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale. Il a déjà été signalé que ces marchés sont soumis à des pressions du fait des technologies concurrentielles. Parmi les éléments permettant de rester compétitif, on trouve notamment la formation du personnel aussi bien au niveau des artisans que de la direction, l'amélioration de la productivité, le contrôle des coûts, la disponibilité de matières brutes et les mesures gouvernementales. Plusieurs points particuliers sont inclus ci-après sous la forme suivante: questions débattues, données/examen de la question, recommandations et impacts.

##### A. L'Accord de Toronto

i) Question débattue - En 1968, les imprimeurs, les éditeurs et délégués syndicaux canadiens et américains signaient l'Accord de Toronto. L'accord prévoyait pour les signataires américains de travailler pour l'exemption canadienne de la clause de la fabrication de la Loi sur le droit d'auteur des États-Unis. Une fois cette exemption obtenue, les signataires canadiens promettaient d'encourager la ratification par le Canada de l'Accord de Florence. L'exemption canadienne est entrée en vigueur le 1er janvier 1978 mais il n'y a aucun signe de la ratification imminente par le Canada de l'Accord de Florence. Le manque de mesures du gouvernement canadien met l'exemption canadienne en danger.

ii) Données/examen de la question - Le 1er janvier 1978 l'exemption canadienne de la clause de la fabrication de la Loi sur le droit d'auteur des États-Unis est entrée en vigueur. Ceci a été le résultat de nombreuses années d'effort et de dépenses importantes encourues par l'industrie canadienne du livre, y compris les imprimeurs, les éditeurs et les syndicats. La clause sur la fabrication prévoyait que la production de plus de 1500 copies d'un livre dont l'auteur est un citoyen américain ou une personne domiciliée aux États-Unis devait se faire dans ce pays si les droits d'auteur devaient être retenus. Ceci fermait en fait la plupart du marché d'impression du livre américain aux fabricants canadiens en raison des implications juridiques de la clause sur la fabrication ou du fait de la peur que la clause soit invoquée, que cette peur soit légalement justifiée ou non.

L'Accord de Florence prévoit l'entrée hors taxe de tous les livres dans les pays qui ont ratifié l'Accord. À l'heure actuelle, les livres d'une nature éducative, scientifique ou culturelle entrent au Canada hors taxe. La ratification de l'Accord de Florence signifierait donc que les livres de fiction pourraient également entrer sans être taxés.

En 1977, les représentants de l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale rencontraient le Canadian Book Publishers Council, l'Association of Canadian Publishers, la Canadian Booksellers Association, l'Association canadienne des bibliothécaires, etc. Ce groupe accepta d'abolir les tarifs sur les livres entrant au Canada, dès que possible, comme première étape vers la ratification de l'Accord de Florence. Le ministre des Finances fut donc prié de prévoir cette abolition dans son prochain budget.

Malheureusement, le récent budget fédéral ne fait pas état de ces dispositions. Nos collègues américains nous demandent maintenant pourquoi l'exemption canadienne de la clause de la fabrication ne devrait pas être rescindée. Si ceci devait avoir lieu,

les bénéfiques provenant des efforts des dix dernières années seraient annulés. Ce qui est encore plus important, ce sont les pertes économiques que l'industrie de l'imprimerie devra subir. Ceci est particulièrement vrai pour les compagnies qui ont déjà dépensé des millions de dollars pour l'achat de nouveaux équipements de haute technologie et pour des études de marché pour leur permettre l'entrée de façon compétitive sur le marché américain.

iii) Recommandation

Le ministre de l'Industrie et du Commerce devrait persuader le ministre des Finances d'abolir les droits de douane sur les livres entrant au pays de sorte que les Canadiens aient accès au marché américain.

iv) Impact - L'accès au marché des États-Unis, à ce que l'on croit, offre des possibilités de ventes de plusieurs millions de dollars. Des ventes de \$42 000 permettraient de créer un nouvel emploi dans l'industrie.

B. Aide à l'exportation

i) Question débattue - De nombreuses compagnies d'imprimerie commerciale au Canada sont très sérieusement intéressées au développement de l'exportation. Le niveau d'aide gouvernementale à cet effet augmentera leurs efforts pour devenir davantage orientés vers l'exportation.

ii) Données/examen de la question - La plupart des imprimeurs commerciaux canadiens se sont jusqu'à très récemment satisfaits d'exploiter le marché intérieur pour leurs produits. Ils sont toutefois de plus en plus conscients que l'expansion de l'industrie sur une plus grande échelle ne sera pas possible sur cette base à l'avenir. Les technologies concurrentielles de même que le haut niveau de l'érosion du marché entraîné par l'importation d'imprimés ont suscité un nouvel intérêt dans l'exportation. D'autre part, l'exemption canadienne de la clause sur la fabrication de la législation des États-Unis des droits d'auteur, a été un stimulant aussi bien pour les fabricants de livres que pour les imprimeurs commerciaux. L'industrie a, de façon traditionnelle, maintenu un niveau technologique très élevé et peut être efficacement concurrentielle sur les marchés internationaux.

Les imprimeurs qui ont essayé de pénétrer les marchés étrangers ont, de façon traditionnelle, utilisé les programmes d'exportation du gouvernement. Ces programmes ont été d'une grande aide pour ces compagnies qui n'avaient pas les ressources initiales pour explorer ces marchés.

iii) Recommandation

Les programmes gouvernementaux d'aide à explorer les possibilités d'exportation et à pénétrer ces marchés devraient être continués et améliorés si possible.

iv) Impact - Une augmentation des exportations entraînerait la création d'emplois au Canada, la consommation de matières premières canadiennes, et permettrait de développer une industrie qui pourrait améliorer sa productivité afin de servir le marché intérieur et le marché extérieur.

C. Évaluation des importations d'imprimés

i) Question débattue - Si l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale veut conserver sa part du marché intérieur, il est nécessaire non seulement d'avoir une protection tarifaire appropriée mais également que la valeur déclarée aux fins des taxes soit le reflet d'une juste valeur marchande.

ii) Données/examen de la question - Les étapes fondamentales dans toute impression comprennent la préparation de la copie, le travail sur presse et la finition. Les principaux éléments dans le coût de toute impression sont les matières premières (principalement le papier), les salaires des employés de production, les frais généraux, les frais administratifs et les frais de ventes. Il n'est pas possible d'indiquer précisément la relation de ces éléments avec des postes précis. Cependant, des statistiques sur l'industrie démontrent que pour l'imprimerie canadienne moyenne

les éléments contenus dans le prix de vente éventuel sont les suivants:

Papier	22.90%
Autres matériels	5.94
Services extérieurs	7.98
Salaires à la production	28.43
Frais généraux	10.71
Frais administratifs	9.89
Frais de ventes	8.22
Intérêts	1.42
Autres revenus nets	0.63
Profits nets avant les taxes	5.14
	<u>100.00%</u>

La plus grande partie de la valeur finale d'une commande d'impression ne varie pas en fonction de la longueur de l'impression elle-même. Des exemples à cet égard incluent notamment les coûts de préparation de la copie qui sont engendrés une fois pour toute commande quelle que soit la longueur de course; certains frais généraux (y compris les amortissements, les taxes immobilières, les assurances, la location de l'immeuble, etc.); et les frais administratifs et de ventes. Les frais qui augmentent par rapport à l'importance de l'impression sont principalement ceux du papier, de quelques autres matières premières et de la main-d'oeuvre. Dans ces cas, les dépenses ont lieu presque exclusivement pour l'impression et la finition. Il existe peu ou pas de coût d'avant impression supplémentaire pour un travail de longue course par rapport à un de petite course.

Il n'est pas inhabituel de voir des imprimés entrer au Canada qui sont des fins de courses de production plus longues produites dans un autre pays. L'exemple par excellence serait celui de l'impression de matériel publicitaire. Dans de nombreux cas, la valeur de la partie entrant au Canada est indiquée en termes de coûts d'augmentation de l'impression et de la finition des copies supplémentaires nécessaires pour l'utilisation canadienne. Il est impossible pour les imprimeurs canadiens d'être en concurrence contre de telles importations tant qu'une formule d'évaluation ne soit pas mise au point qui tiendra entièrement compte des importants coûts d'avant impression et autres frais encourus et qui ne varient normalement pas en fonction de la longueur de l'impression éventuelle.

### iii) Recommandation

Le gouvernement devrait mettre au point une formule d'évaluation pour l'importation d'imprimés qui refléterait le prix de vente à un client du pays où l'impression est faite pour une commande de la même taille que celle importée au Canada.

iv) Impact - Les statistiques de l'industrie font apparaître qu'il faut des ventes annuelles d'environ \$42 000 pour conserver un employé dans une compagnie canadienne d'imprimerie commerciale. Il est difficile d'être précis quant aux revenus que l'industrie tirerait à la suite de l'introduction d'une nouvelle formule d'évaluation.

Cependant, il faut noter que les importations d'imprimés sont actuellement supérieures à \$500 millions par année. Chaque fois que l'on pourra rapatrier un pour cent du marché, cela entraînera la création de 119 nouveaux emplois au Canada.

## D. Accord général sur les tarifs et le commerce GATT

i) Question débattue - L'Association des industries graphiques/Graphic Arts Industries Association a déposé une soumission dans laquelle elle indique la position de ses membres sur la ronde actuelle de négociations en cours à Genève concernant l'accord général sur les tarifs et le commerce.

ii) Données/examen de la question - Le groupe d'étude a considéré cette soumission et a endossé son contenu. Cependant, il n'est pas possible d'endosser les recommandations précises que fait l'Association sur des postes tarifaires particuliers. Alors que l'Association est d'avis que ces recommandations détaillées sont le reflet des points

de vue de ses membres, elle n'a pas fait enquête auprès de toute l'industrie canadienne de l'imprimerie. Par conséquent, il se peut qu'il y ait des compagnies non membres qui soient en désaccord avec les positions de l'Association sur ces recommandations.

### iii) Recommandations

- a) Le gouvernement devrait considérer la soumission de l'Association des industries graphiques/Graphic Arts Industries Association comme étant le reflet général des points de vue de l'industrie. Cependant, les recommandations particulières sur les tarifs précisées dans ce mémoire devraient être considérées comme les vues de l'Association seulement.
- b) Toute réduction des tarifs protégeant actuellement l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale doit être accompagnée de réductions dans les tarifs des matières brutes et du matériel que les imprimeurs auront à importer pour rester concurrentiels.

iv) Impact - Des réductions sélectives des tarifs peuvent être effectuées sans pour autant affecter gravement l'industrie. Cependant, il y a d'autres tarifs qui, s'ils sont réduits, auraient des conséquences négatives importantes sur l'industrie.

## E. Achats gouvernementaux et le GATT

i) Question débattue - Les négociations du GATT qui se déroulent présentement à Genève comprennent une proposition selon laquelle tous les achats gouvernementaux qui dépassent \$200 000 devraient faire l'objet d'appels d'offres au niveau international.

ii) Données/examen de la question - Cette proposition du GATT soulève de nombreux problèmes pour l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale - entre autres, la crainte que d'autres gouvernements ne partageraient pas la même attitude que les autorités canadiennes au sujet de la quantité de travail qui puisse faire l'objet de demandes de soumissions. Ce serait tout à fait inacceptable de satisfaire aux besoins du gouvernement canadien en matière d'impression en procédant par appels d'offres au niveau international si des occasions semblables n'étaient pas offertes aux imprimeurs canadiens dans d'autres pays. De plus, la possibilité qu'il y ait des abus dans un système de soumissions international est assez grande. Toute commande d'impression peut être envoyée à un producteur en particulier d'après l'habileté à concevoir des devis pour la commande. Il est facile d'imaginer des situations dans lesquelles le système équitable de soumissions du Canada, fondé sur des devis justes et clairement exprimés, ne serait pas copié par d'autres pays.

### iii) Recommandation

Le gouvernement du Canada devrait s'opposer à cette proposition du GATT selon laquelle tous les achats supérieurs à \$200 000 faits par le gouvernement devraient faire l'objet d'appels d'offres au niveau international. Les gains réalisés sur des marchés étrangers ne seraient sans doute pas assez importants pour contrebalancer les pertes sur le marché canadien en s'ouvrant à une telle compétition étrangère.

iv) Impact - Les commandes d'impression émises par le gouvernement qui dépassent \$200 000 sont en général de beaucoup supérieures à ce chiffre. Il s'agit par exemple de commandes de billets de banque, de timbres et les documents se rapportant aux formulaires de déclaration d'impôts et aux programmes sociaux du gouvernement. Pour chacune de ces commandes qui serait perdue, il en résulterait une hausse importante du chômage, sans qu'il y ait nécessairement compensation par de nouvelles commandes. D'importantes pertes de ce genre toucheraient de façon significative et négative l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale dans son ensemble.

## F. Droits de douane sur les presses pour les formules de bureau

i) Question débattue - À l'heure actuelle, toutes les presses d'imprimerie égales ou supérieures à 17" x 22" importées au Canada sont exonérées de droit de douane à l'exception des presses pour les formules de bureau.

ii) Données/examen de la question - Au départ, cette exception pour les presses pour les formules de bureau d'être exonérées de droit a été décidée en vue de protéger un fabricant canadien. Depuis, la compagnie en question a été achetée par des non -

Canadiens et l'ancienne usine de fabrication est devenue une simple usine d'assemblage.

iii) Recommandation

Le gouvernement du Canada devrait annuler sa décision de frapper ces presses et les équipements périphériques d'un droit de douane.

iv) Impact - Les fabricants canadiens de presses de formules de bureau ont du mal à percer sur les marchés d'exportation et sont sans cesse confrontés par une érosion du marché canadien. Si le coût des équipements baissait considérablement, cela exercerait un effet positif important sur l'industrie. Presque tout l'équipement pour l'impression de formules de bureau utilisé au Canada doit être importé. Ainsi, l'effet d'une élimination des droits se ferait largement sentir et résulterait en une multiplication des offres d'emploi et des recettes des fabricants de formules de bureau. Une meilleure concurrence pour les fabricants canadiens d'imprimés d'affaires sur le marché intérieur résulterait en un relèvement de la productivité et une augmentation du potentiel d'exportation.

G. Politiques gouvernementales sur l'approvisionnement

i) Question débattue - Le niveau actuel assez élevé des commandes d'impression émanant du gouvernement a une incidence positive sur les imprimeurs commerciaux partout au Canada.

ii) Données/examen de la situation - Le rapport fait par la Commission fédérale Glascoe a fortement recommandé que le gouvernement du Canada fasse appel le plus possible au secteur privé plutôt qu'aux usines gérées par et appartenant au gouvernement.

On a largement pu constater que le gouvernement a choisi de suivre cette recommandation de la Commission royale. Le rapport impression achetée/impression fabriquée s'est modifié en faveur de l'industrie commerciale de l'impression et, parallèlement à cela, le volume total des besoins du gouvernement en matière d'impression a augmenté de façon considérable. Ces deux facteurs ont beaucoup aidé l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale. De plus, la plupart des provinces ont mis au point des politiques d'achats-d'imprimés qui sont dans les meilleurs intérêts de l'industrie.

iii) Recommandations

a) Le gouvernement fédéral devrait rester fidèle à sa présente politique d'achat qui bénéficie substantiellement à l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale.

b) Les gouvernements provinciaux, ainsi que les agences publiques, devraient aussi établir ou suivre des politiques d'achat déjà en vigueur qui demandent que le plus possible de leurs achats d'imprimés soient faits auprès de l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale.

c) Les politiques gouvernementales d'achat dirigeant un volume considérable de travail vers l'imprimerie commerciale doivent être mises en vigueur sans nuire aux carrières de fonctionnaires travaillant dans le domaine de l'impression. Les politiques favorisant l'industrie commerciale devraient être prévues suffisamment à long terme afin de protéger les fonctionnaires qui font carrière à l'heure actuelle dans ce domaine.

iv) Impact - Le volume de travail d'impression pour le gouvernement réalisé par le secteur privé permet à celui-ci de créer des emplois et d'améliorer sa capacité de production. Dans la mesure où les imprimeurs commerciaux ont la possibilité d'augmenter leur capacité de production grâce au travail que leur fournit le gouvernement, ils devraient pouvoir réaliser des économies d'échelle qui leur permettent d'être plus compétitifs sur les marchés étrangers.

H. Concurrence provenant des institutions subventionnées par l'État

i) Question débattue - Les travaux d'impression réalisés par des agences subventionnées par l'État le sont souvent à un prix que ne peut concurrencer l'industrie de l'imprimerie commerciale.

ii) Données/examen de la question - Certains équipements d'imprimerie ont été installés dans des institutions subventionnées par l'État autres que ses ateliers d'imprimerie proprement dits. On peut les trouver, par exemple, dans certaines écoles techniques, pour la formation, ou dans des pénitenciers, pour la réhabilitation. Dans certains cas, de tels établissements ont cherché à étendre le rôle de ces équipements à des domaines auxquels ils n'avaient pas été affectés au départ en voulant percer sur le marché. Puisque des institutions de ce genre ont rarement les mêmes frais à couvrir, il est difficile, dans de tels cas, pour les imprimeurs de proposer des prix concurrentiels.

iii) Recommandation

Le gouvernement devrait interdire l'accès au marché aux ateliers d'imprimerie mis en place dans des institutions subventionnées par les deniers publics.

iv) Impact - Selon certains, des ventes supplémentaires de \$42 000 suffiraient à la création d'un nouvel emploi dans l'industrie de l'imprimerie commerciale. De même, une perte de \$42 000 est suffisante pour y mettre en danger un emploi déjà existant. Chaque fois que du travail est pris à l'industrie commerciale par une organisation publique, des emplois et la réalisation de bénéfices sont mis en danger.

I. Le Bureau de poste

i) Question débattue - L'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale compte sur un service des postes canadiennes continu et efficace.

ii) Données/examen de la question - Comme c'est le cas pour tous les autres secteurs, l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale a besoin d'un service des postes efficace sur lequel on puisse compter pour la facturation, la récupération et la correspondance. Lorsque ce service fait défaut, les compagnies éprouvent certaines difficultés.

Aussi, le bon fonctionnement de l'industrie de l'imprimerie commerciale est-il directement lié à un service de livraison prompt et à coût raisonnable. Entre 30 et 40 pour cent du travail de l'industrie sont constitués par l'impression de matériel publicitaire, catalogues et lettres circulaires y compris. Cette catégorie d'impression dépend d'un bon service de livraison postale. De plus, des augmentations des tarifs postaux de 2<sup>e</sup> classe menacent nombre de publications produites par les imprimeurs commerciaux, tandis que les augmentations pour la 3<sup>e</sup> classe obligent les annonceurs à contempler d'autres moyens pour livrer leurs messages au public. Enfin, la non-livraison de la marchandise provoque l'annulation de campagnes publicitaires et nuit à l'industrie des cartes de souhait.

iii) Recommandations

a) Notre intention n'est pas de proposer des moyens spécifiques pour rendre le service des postes stable et efficace. Cependant, le gouvernement doit reconnaître qu'un tel service est essentiel et il doit agir de façon décidée pour la réalisation de cet objectif.

b) L'incidence des augmentations des tarifs pour le courrier de seconde et de troisième classe, sur l'industrie de l'imprimerie commerciale devrait être étudiée de très près avant que toute augmentation soit mise en vigueur. Ceci est particulièrement important lorsque ce courrier répond déjà au critère du gouvernement "l'utilisateur paiera".

iv) Impact - Un service des postes efficace et sûr aiderait les imprimeurs commerciaux du Canada dans leurs opérations commerciales. Il aiderait également l'industrie à utiliser les stratégies de commercialisation conçues pour augmenter le marché pour le publipostage.

J. La société de conservation

i) Question débattue - De temps en temps, des suggestions sont faites en faveur d'une société de conservation qui limiterait l'utilisation des emballages et de la publicité.

ii) Données/examen de la question - L'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale est sans cesse impliquée par des propositions, venant de groupes non-industriels, qui sont considérées comme étant dans l'intérêt du public. Lorsque de telles déclarations sont faites, elles semblent toujours négliger le fait que les emplois et les recettes de ces entreprises risquent fort d'en être négativement touchés. La création d'une société de conservation, ce qui aurait pour résultat de diminuer le marché pour les industries de l'imprimerie et de l'emballage, pourrait être contre-productive. Ceci est particulièrement vrai puisque la matière brute de base pour l'imprimerie - le papier - est fournie par une ressource renouvelable. Nombre d'imprimeurs commerciaux sont préoccupés par cela non seulement parce qu'ils fabriquent de la publicité écrite mais aussi des emballages imprimés.

iii) Recommandation

Le gouvernement devrait rejeter toutes les suggestions traitant de la création d'une société de conservation qui pourrait toucher les industries de l'imprimerie et de l'emballage sans avoir d'abord étudié le problème avec les industries concernées, afin de déterminer si de telles propositions engendreraient en fait plus de mal que de bien ou provoqueraient très peu ou pas du tout de résultats bénéfiques.

iv) Impact - Des prises de position gouvernementales qui mettraient un frein à la croissance des industries de l'imprimerie et de l'emballage provoqueraient des pertes sérieuses pour ces dernières au niveau de l'emploi et des ventes. La productivité serait gravement atteinte et la compétitivité de l'industrie tout à fait détruite.

K. Publicité postale

i) Question débattue - De temps en temps certains éléments de la société soutiennent l'interdiction de la publicité postale.

ii) Données/examen de la question - La publicité postale est l'une des forces de l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale. Les individus et les groupes qui l'appellent "courrier pacotille" et préconisent son contrôle ou son élimination oublient les effets positifs que ce courrier a sur l'industrie. Le fait que certains individus appartenant à la communauté politique élue ou nommée parlent ainsi du courrier publicitaire fait très peu pour décourager certains de penser que le courrier publicitaire est d'une façon ou d'une autre indésirable.

iii) Recommandation

Le gouvernement ne devrait pas contrôler ou diminuer le marché pour la publicité postale qui répond aux exigences légales.

iv) Impact - Encore une fois, tout geste gouvernemental pour mettre un frein à l'industrie de la publicité postale au Canada pourrait provoquer des pertes d'emplois et des recettes désastreuses pour l'industrie.

L. Publicité pour les alcools et le tabac

i) Question débattue - Des organismes gouvernementaux expriment périodiquement le désir d'interdire la publicité pour les alcools, le tabac et d'autres produits vendus légalement.

ii) Données/examen de la question - La publicité pour les alcools et tabacs en particulier est la principale source de revenus pour presque toutes les publications distribuées en masse au Canada. Si une interdiction de cette publicité s'effectuait, nombre de ces publications et la publicité de ces produits se déplaceraient tout simplement vers d'autres juridictions au Canada ou vers d'autres pays. Ainsi, des interdictions de ce genre n'auraient pour conséquence que la pénalisation des imprimeurs commerciaux dans les juridictions où les interdictions auraient été imposées. Que des gouvernements essaient d'instaurer des mesures qui n'apportent pas de solution aux grands problèmes de notre société et qui d'autre part peuvent faire du tort à des industries reliées ne semble pas très équitable.

iii) Recommandation

Des interdictions gouvernementales sur la publicité pour les alcools, le tabac et d'autres produits vendus légalement ne devraient pas avoir lieu.

- iv) Impact - Les gouvernements peuvent penser qu'il est important de décourager le public d'utiliser certains produits vendus légalement, et il leur est possible de réaliser ce but sans en même temps provoquer de gros problèmes chez les imprimeurs commerciaux du pays. De tels problèmes surviendraient inévitablement si des restrictions publicitaires étaient décidées, engendrant des pertes d'emploi et de profits dans l'industrie.

M. Relations travailleurs/employeurs

- i) Question débattue - Il y a eu suffisamment de discussions sur le tripartisme dans les relations de travail pour que l'on ait jugé bon que ce rapport touche au problème.

- ii) Données/examen de la question - Dans tous les domaines où il est question de l'amélioration de la productivité, il ne peut y avoir aucun doute que l'ingrédient clé est une consultation appropriée entre employeurs et employés. Il a été suggéré que des conseils de productivité travailleurs/employeurs/gouvernements soient formés. Dans le cadre de l'industrie de l'imprimerie, beaucoup pensent qu'une relation directe entre les employeurs et les travailleurs est suffisante pour répondre aux besoins des deux partis pour ce qui est des questions traitant de la productivité. Il est difficile d'imaginer qu'une intervention gouvernementale importante dans ce domaine serait bénéfique.

Les employeurs et les travailleurs ont, par le passé, travaillé ensemble et réussi à résoudre des problèmes reliés aussi bien à la productivité qu'à l'établissement de positions communes soumises pour l'étude des gouvernements. Le groupe d'étude pense que de telles réalisations coopératives sont importantes et peuvent se dérouler avec succès sans que le gouvernement y participe autrement qu'en donnant son appui et son parrainage.

iii) Recommandation

Les employeurs et les travailleurs devraient se rencontrer régulièrement pour discuter de questions d'intérêt commun.

- iv) Impact - Des consultations bien organisées entre les travailleurs et les employeurs encourageront le développement d'une industrie canadienne de l'imprimerie commerciale plus productive. Les partis impliqués sont heureux de trouver et de modifier leurs propres systèmes de consultation sans que le gouvernement y participe davantage.

N. Législation pour le contrôle de la pollution et législation pour la sécurité

- i) Question débattue - Certaines lois pour le contrôle de la pollution et la sécurité dans d'autres juridictions ont créé des problèmes dans l'industrie de l'imprimerie commerciale.

- ii) Données/examen de la question - L'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale supporte le concept d'un environnement de travail propre et sain et coopérera pour atteindre ce but. On s'inquiète un peu dans l'industrie à savoir si l'introduction au Canada d'une législation semblable à celle qui existe relativement au American Environmental Protection Act et au Occupational Safety and Health Act serait productive.

iii) Recommandation

L'industrie devrait être consultée par les gouvernements pour s'assurer que les lois régissant la santé et la sécurité sont dans les meilleurs intérêts de l'industrie et en particulier de ses employés. Ceci ne signifie pas que les intérêts de l'industrie devraient supplanter les intérêts plus vastes de la société canadienne. Plutôt, l'industrie désire mettre l'accent sur le besoin d'une législation efficace et pratique qui soit dans l'intérêt de tous les partis.

## O. Formation technique

- i) Question débattue - Si l'industrie veut rester compétitive sur les marchés intérieur et extérieur, des mécanismes de formation et de recyclage doivent exister afin que des sources de main-d'oeuvre qualifiée soient disponibles.
- ii) Données/examen de la question - Il existe un besoin toujours maintenu de main-d'oeuvre hautement qualifiée dans l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale. La formation s'est traditionnellement faite surtout dans les usines ou les écoles de syndicats. À un degré moindre, des institutions professionnelles ont aussi été utilisées.

Des changements technologiques au sein de l'industrie ont créé des problèmes relatifs au recyclage. Pour rester compétitive, l'industrie a été obligée de se procurer des équipements plus efficaces. En plus de recycler le personnel pour les nouvelles fonctions qui suivent l'achat de nouveaux équipements, les compagnies ont eu à redéployer le personnel en surnombre.

### iii) Recommandations

- a) Les gouvernements, aux niveaux appropriés, devraient continuer de soutenir au maximum des programmes de formation et de recyclage techniques, y compris le subventionnement de la traduction des documents nécessaires dans les deux langues officielles.
- b) Les activités gouvernementales dans le domaine des services d'orientation professionnelle devraient promouvoir l'industrie de l'imprimerie en tant que source viable d'emploi en vue de carrières.
- c) Le gouvernement devrait continuer d'apporter son concours pour le redéploiement de personnel en surnombre.
- iv) Impact - Une source suffisante de personnel technique formé assurerait l'essor continu de l'industrie et amènerait des améliorations de la productivité.

## P. Formation des cadres

- i) Question débattue - Le besoin d'une compétence plus grande chez les cadres est un facteur essentiel dans tout programme conçu pour améliorer la productivité et la compétitivité.
- ii) Données/examen de la question - Étant donné son grand nombre d'établissements relativement petits, l'industrie de l'imprimerie offre peu d'intérêt pour des cadres de carrière hautement qualifiés. Par conséquent, la source première de cadres dans de telles compagnies vient de l'industrie elle-même. De plus, étant donné, encore une fois, la taille relativement petite de beaucoup d'entreprises, propriétaires et cadres ont eu peu d'occasions de mettre au point leurs capacités de direction.

L'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale, par le nombre élevé d'unités de production qui la composent, est très compétitive. Un niveau élevé de capacités de direction est requis pour assurer qu'une telle compétitivité n'opère pas au désavantage de l'industrie.

Des associations d'industries ont été actives dans le domaine des cours de formation de cadres et possèdent les outils requis pour les programmes d'amélioration de la productivité conçus pour la direction. Ces outils ont pu prendre forme grâce aux cotisations de membres et ne sont mis à la disposition que des membres. Ils sont produits surtout en anglais. Les plus petites maisons d'imprimerie dans les régions plus isolées, qu'elles soient membres ou non, n'ont pas un accès égal au personnel des associations et aux programmes de formation.

Le programme de stages pour cadres en cours au Nouveau-Brunswick, ainsi que le programme fédéral pour les petits entrepreneurs qui vient d'être annoncé, sont perçus comme des pas en avant. De tels programmes aideront les petites et moyennes entreprises à embaucher des étudiants universitaires doués dans des domaines qui

intéressent ces entreprises et qui, autrement, ne verraient pas dans l'industrie de l'imprimerie la possibilité d'y faire carrière. Les programmes bénéficieraient non seulement aux compagnies qui y participent, mais aussi aux étudiants et à l'industrie au sens large.

Il est à noter que l'industrie a déjà mis sur pied une Fondation pour l'attribution de bourses aux Arts graphiques au Canada/Canadian Graphic Arts Scholarship Trust Fund qui aide à la formation de diplômés pour l'amélioration future de l'industrie du point de vue du personnel de direction.

### iii) Recommandations

- a) Les gouvernements devraient affecter des fonds à la traduction et à la dissémination du matériel de formation des associations, pourvu que ce soit possible d'atteindre un modus operandi avec de telles associations pour permettre une importante distribution des renseignements.
- b) Les programmes gouvernementaux tels le programme fédéral pour les petits entrepreneurs et le programme de stages pour cadres parrainé par le gouvernement du Nouveau-Brunswick devraient être étudiés par tous les gouvernements.

iv) Impact - L'aide gouvernementale, conçue en vue d'améliorer les capacités de direction au sein de l'industrie, ferait augmenter la productivité des cadres et celle des travailleurs.

### Q. Approvisionnement en papiers d'impression

- i) Question débattue - Il est important pour l'industrie qu'une source d'approvisionnement canadienne de papiers d'impression soit disponible à des prix compétitifs.
- ii) Données/examen de la question - Les prix des papiers d'impression de fabrication canadienne sont plus élevés que ceux des papiers comparables produits aux États-Unis. C'est là un des facteurs qui permet aux imprimeurs américains de concourir efficacement sur le marché canadien et limite les possibilités des imprimeurs canadiens de développer des marchés d'exportation.

Les dernières années ont vu la production de certains types de papiers d'impression s'arrêter chez les plus importants fournisseurs canadiens. Il a souvent été difficile pour les imprimeurs d'établir de nouvelles sources d'approvisionnement pour de telles qualités de papier.

Étant donnée la position financière établie des fabricants canadiens de papier d'impression, il semble peu probable que de nouvelles capacités apparaissent au Canada dans un avenir proche. Ce manque de capacité supplémentaire a créé des problèmes d'approvisionnement pour l'industrie de l'imprimerie commerciale par le passé, et il arrive encore que des quotas soient imposés sur certaines catégories de papier. On s'attend à ce que des problèmes d'approvisionnement plus graves surviennent au cours des cinq prochaines années, en particulier si une économie canadienne plus économe se développe au cours de cette période.

Du papier non canadien est utilisé dans notre industrie, mais d'autres pays font face eux aussi au phénomène de la pénurie. Quand une telle condition sévit, il n'est pas rare pour des clients non domestiques de voir leur source d'approvisionnement restreinte ou éliminée. Les imprimeurs canadiens ont, plus d'une fois au cours de ces dix dernières années, eu à faire face à une diminution soudaine de l'approvisionnement étranger.

On sait que de premières tentatives pour rationaliser la production de papiers d'impression ont été repoussées par le gouvernement qui considérait alors qu'elles pouvaient signifier une diminution du commerce. Pour l'heure, il existe plusieurs justifications au ré-examen de cette rationalisation.

### iii) Recommandations

- a) Des démarches devraient être faites, après consultation avec l'industrie canadienne des papiers fins, pour chercher les moyens par lesquels la production de l'industrie

canadienne de papier fins pourrait être rationalisée.

- b) Le rôle du gouvernement devrait se limiter à créer un environnement dans lequel l'abus du processus de rationalisation ne pourrait pas avoir lieu.
  - c) Si la rationalisation devait conduire à des prix canadiens compétitifs pour les papiers d'impression, on devrait aussi songer à baisser les tarifs protégeant l'industrie canadienne des papiers fins.
- iv) Impact - Un approvisionnement continu en papiers d'impression à des prix compétitifs serait un facteur important dans la détermination d'une viabilité à long terme de l'imprimerie commerciale en tant que source d'emplois et de revenus.

#### R. Déductions pour amortissement

i) Question débattue - Le cycle de planification normal est de cinq ans dans l'industrie de l'imprimerie commerciale. La nature temporaire des dispositions de dépréciation accélérée du gouvernement provoquent l'incertitude dans les milieux industriels.

ii) Données/examen de la question - C'est un fait reconnu que le programme gouvernemental de dépréciation accélérée a eu un effet positif sur les entreprises qui ont pu acheter des équipements au cours de la période pendant laquelle cette disposition a été en vigueur. Cependant, le résultat de cette dernière n'a pas été uniformément positif puisque de nombreuses compagnies n'ont pas pu coordonner la plupart des importantes décisions d'acheter avec le programme à court terme. Un très bon exemple de ce manque de coordination entre le cycle de planification de l'industrie et le programme à court terme nous est donné par la question des déductions pour amortissement.

#### iii) Recommandations

- a) Le gouvernement devrait rendre permanent son système actuel d'amortissement accéléré, ou un autre système, sur une base uniforme qui continuera de refléter la différence entre les coûts actuels et passés.
- b) Si des programmes temporaires sont mis sur pied par les gouvernements, il devraient stipuler des dates d'entrée en vigueur et d'expiration auxquelles on devrait adhérer étant donné un contexte normal.

#### S. Conversion au système métrique

i) Question débattue - L'industrie a mis au point des plans efficaces pour la conversion au système métrique. Elle est de l'avis que le gouvernement ne devrait en aucune façon profiter du processus de conversion pour ce qui est, par exemple, des taxes de vente, des douanes, etc.

ii) Données/examen de la question - On ne s'attend pas à ce que des dépenses trop importantes associées à la conversion au système métrique soient exigées de l'industrie. De plus, l'industrie accepte la prémisse que les coûts auront à tomber là où il le doivent. Ce serait impropre que les gouvernements profitent du prélèvement de taxes et de droits sur les machines, équipements, outils et fournitures nécessaires au processus de conversion. Bien que le gouvernement ait annoncé ne pas avoir l'intention de prélever des droits dans de tels cas, ces déclarations n'ont pas encore fait l'objet d'élaborations de politiques clairement définies.

#### iii) Recommandation

Les gouvernements à tous les niveaux devraient agir immédiatement pour fournir des garanties que l'industrie ne sera pas pénalisée parce qu'elle aura eu à payer des taxes et des droits pour la réalisation du processus de métrification.

#### SECTION 5: IMPACT GLOBAL

Qu'il en coûte à peu près 42 000 dollars pour conserver un emploi dans l'industrie de l'imprimerie commerciale canadienne est un argument de poids dans l'étude de l'impact global des recommandations contenues dans ce rapport. Les recommandations détaillées ont indiqué

plusieurs domaines où l'action positive du gouvernement peut être un catalyseur efficace pour la création d'emplois à l'intérieur de l'industrie. Il est impossible de quantifier le potentiel d'emploi en des termes absolus. Cependant, on peut estimer sans risque que plusieurs milliers de possibilités d'emploi pourraient être créées si les imprimeurs canadiens pouvaient lutter plus efficacement aussi bien sur le marché canadien que sur les marchés étrangers. Tout cela pourrait être accompli moyennant des dépenses supplémentaires relativement basses de la part des gouvernements.

Des actions gouvernementales qui serviraient à limiter les marchés canadien et étrangers pour les produits imprimés auraient un impact considérable et négatif sur l'industrie.

Un fait très important est que la politique gouvernementale relative à l'industrie de l'imprimerie commerciale, qu'elle soit positive ou négative, touchera l'emploi et les revenus dans les communautés de toutes tailles et partout au Canada.

Ce profil de l'Industrie Canadienne de l'Imprimerie Commerciale a été établi par le Groupe d'Étude sur l'Industrie Canadienne de l'Imprimerie Commerciale a partir d'un profil préparé par le ministère fédéral de l'Industrie et du Commerce.

**PROFIL DE SECTEUR**

**L'INDUSTRIE CANADIENNE DE L'IMPRIMERIE  
COMMERCIALE**

## DÉFINITION DE L'INDUSTRIE

Cette industrie comprend des établissements qui exécutent principalement des travaux à façon, quelle que soit la méthode d'impression utilisée. Ces établissements produisent une vaste gamme de matériel, des simples imprimés en noir et blanc au matériel en couleurs très complexe. Nous ne parlons pas ici des installations d'impression intégrées d'organismes tels que les banques, les compagnies d'assurance et les gouvernements, installations que l'on appelle habituellement des imprimeries "maison".

Comme l'indique le tableau 1, les catalogues, les circulaires, les listes de prix et autre matériel publicitaire constituent la catégorie la plus importante puisqu'ils représentent un peu plus d'un cinquième de la production totale de cette industrie. Les deux autres principales catégories de produits sont les registres, les formules en continu et séparées (17,5%) ainsi que les livres, les journaux, les magazines et les annuaires (15,7%).

TABLEAU 1  
Industrie de l'imprimerie commerciale  
Livraisons par groupe de produits, 1976\*

	Expéditions	
	\$ millions	%
Matériel publicitaire	285,7	20,2
Formules de bureau	247,5	17,5
Livres, journaux, magazines et annuaires	222,1	15,7
Étiquettes	75,0	5,3
Cartes de souhaits	45,3	3,2
Papeterie	39,6	2,8
Décalcomanie	11,3	0,8
Calendriers et blocs-calendriers	8,5	0,6
Autres produits et services	479,5	33,9
TOTAL	1 414,5	100,0

\*Estimations de I & C

Il est difficile d'obtenir des renseignements sur cette industrie étant donné qu'à des fins statistiques, l'imprimerie commerciale fait partie, avec trois autres industries, d'un grand groupe intitulé "Imprimerie, édition et activités annexes". Bien qu'il y ait des différences notables dans les structures et les activités de ces quatre industries, il y a entre elles une interdépendance marquée.

## PERSPECTIVES

L'industrie de l'imprimerie commerciale au Canada comprend quelque 2200 établissements situés surtout en Ontario et au Québec. Les livraisons de l'industrie en 1976, qui se sont élevées à \$1,4 milliard, ne représentent qu'environ 1,3% de la production de toutes les industries manufacturières canadiennes. Cette industrie a fourni des emplois directs à quelque 47 000 travailleurs. De plus, elle a créé des emplois dans les industries connexes par ses achats de matières premières. En 1976, cette

industrie a acheté pour presque \$300 millions de papier d'imprimerie, de papier à livres et de papier fin (un peu plus de 50% de la production nationale de ces catégories de papier) et a dépensé \$28 millions pour des encres d'imprimerie (près de 47% de la production nationale). De plus, elle a consommé pour \$50 millions de papier journal et \$57 millions d'autres matières premières.

Cette industrie oeuvre surtout à l'échelle nationale et la plupart de ses clients nationaux sont peu importants et commandent irrégulièrement toute une variété de produits imprimés. Dans la plupart des cas, leurs besoins sont uniques et étant donné que la valeur des commandes individuelles est peu élevée, il importe que l'industrie fournisse un bon service en termes de qualité et de livraison. Par conséquent, l'imprimerie moyenne tend à ne servir que son marché local et obtient des commandes en ayant des relations personnelles avec ses clients.

## STRUCTURE DU MARCHÉ

Étant donné que la production de l'industrie de l'imprimerie commerciale chevauche jusqu'à un certain point celle d'autres industries, il n'est pas possible d'attribuer les données sur le commerce canadien des imprimés à un secteur particulier du groupe "Imprimerie, édition et activités annexes".

Le marché canadien apparent (M.C.A.) pour tous les imprimés a triplé de 1966 à 1977 pour atteindre \$3,9 milliards. Au cours de cette période, les importations ont augmenté un peu plus vite, passant de \$157 millions (12,8% du M.C.A.) à \$575 millions (14,6%). Les estimations réelles sont difficiles à obtenir étant donné qu'il n'y a aucun indice des prix de vente de cette industrie. Le tableau 2 fournit une répartition des importations de tous les imprimés par pays d'origine. Le tarif canadien de la nation la plus favorisée varie de zéro à 25%.

TABLEAU 2  
Importations canadiennes d'imprimés  
par pays d'origine, 1965-1977

	1965		1969		1973		1977	
	\$ millions	%						
États-Unis	136,1	86,8	206,0	84,6	270,0	81,9	498,2	86,6
France	7,0	4,5	14,4	5,9	24,7	7,5	31,9	5,6
Royaume-Uni	9,1	5,8	12,2	5,0	20,1	6,1	31,0	5,4
Autres pays	4,5	2,9	10,9	4,5	14,8	4,5	14,0	2,4
TOTAL	156,7	100,0	243,5	100,0	329,6	100,0	575,1	100,0

Source: Statistique Canada - Importations par marchandises - Cat. 65-007

Alors que de 1965 à 1977 les frais de transport ont fourni un élément important de protection contre les importations des imprimeurs d'outre-mer, l'industrie canadienne de l'imprimerie commerciale a fait face à une forte concurrence d'imprimeries américaines importantes, surtout celles qui sont situées dans les États de New-York, de l'Illinois et de l'Ohio. Les plus grandes pressions dans le domaine des importations ont été exercées par le matériel publicitaire produit en série tels que les catalogues où les États-Unis ont un net avantage pour ce qui est des économies d'échelle. Les importations canadiennes de ce matériel, dont le coût unitaire est peu élevé, ont excédé \$20 millions en 1976 et représentaient généralement des livraisons qui faisaient partie de tirages beaucoup plus considérables et destinés principalement au marché américain. Il s'est avéré que les taux du tarif de la nation la plus favorisée pour ces produits, qui varient de 17,5% à 25%, et la formule actuelle utilisée par les douanes canadiennes pour établir la juste valeur marchande de ces importations ne constituent pas des barrières efficaces. En vertu de cette formule, le coût unitaire de production de toute la commande passée par le client américain est augmenté d'un facteur variant entre 30 et 45% afin d'établir la juste valeur marchande de la quantité exportée au Canada. Il est reconnu que cette formule n'a que peu d'effet étant donné le niveau actuel des coûts et est présentement à l'étude. Le tableau 3 présente les importations par catégorie de produits pour la période s'étendant de 1965 à 1977.

**TABLEAU 3**  
**Importations canadiennes d'imprimés**  
**par catégories de produits, 1965-1977**

	1965		1969		1973		1977	
	\$ millions	%						
Journaux, magazines et périodiques	50,0	31,9	64,4	26,4	81,0	24,6	160,5	27,9
Livres et dépliants	68,7	43,8	122,3	50,2	154,6	47,0	247,4	43,0
Autres	38,0	24,3	56,8	23,4	94,0	28,4	167,2	29,1
<b>TOTAL</b>	<b>156,7</b>	<b>100,0</b>	<b>243,5</b>	<b>100,0</b>	<b>329,6</b>	<b>100,0</b>	<b>575,1</b>	<b>100,0</b>

Source: Statistique Canada - Importations par marchandises - Cat. 65-007

## STRUCTURE DE L'INDUSTRIE

Cette industrie se caractérise par un grand nombre de petits établissements. L'imprimerie canadienne moyenne emploie 20 personnes et ses livraisons s'élèvent à environ \$600 000. Comme l'indique le tableau 4, presque 65% des établissements de cette industrie ont moins de dix employés. L'imprimerie la plus importante emploie environ 1 100 personnes.

**TABLEAU 4**  
**Industrie de l'imprimerie commerciale**  
**Emplois et livraisons selon l'importance de l'établissement, 1976\***

<i>Nombre d'employés</i>	<i>Établissements</i>		<i>Total des emplois</i>		<i>Livraisons</i>	
	<i>Nombre</i>	<i>%</i>	<i>Nombre</i>	<i>%</i>	<i>\$ millions</i>	<i>%</i>
moins de 10	1 452	64,2	4 587	9,8	116,0	8,2
de 10 à 99	728	32,2	19,657	42,0	599,7	42,4
100 et plus	82	3,6	22 559	48,2	698,8	49,4
<b>TOTAL</b>	<b>2 262</b>	<b>100,0</b>	<b>46 803</b>	<b>100,0</b>	<b>1 414,5</b>	<b>100,0</b>

\*Estimations de I & C

En termes de concentration industrielle, les quatre plus importantes compagnies représentent presque 24% de toutes les livraisons et les 50 plus importantes entreprises (2%) contrôlent presque 50% de la production. Le tableau 5 donne un indice de l'augmentation de concentration de production dans les quatre entreprises les plus importantes.

**TABLEAU 5**  
**Industrie de l'imprimerie commerciale**  
**Pourcentage des livraisons des quatre plus importantes entreprises**

1970	17,0%
1972	19,5%
1976*	24,0%

\*Estimations de I & C

Source: Statistique Canada - Organisation des industries et concentration - Cat. 31-402.

L'implantation d'organisations à plusieurs usines n'est pas encore courante dans l'industrie canadienne. Une lente tendance vers l'amalgamation a été constatée au cours des dernières années.

La faible dimension des entreprises relevée pour l'industrie canadienne prévaut également aux États-Unis où, en 1972, près de 69% des établissements avaient moins de dix employés, ce qui représentait environ un dixième des emplois et des expéditions de l'industrie. Les usines employant au moins 100 personnes représentaient 50% de toutes les livraisons. Le pourcentage correspondant pour l'industrie canadienne était de 44%. La productivité des usines américaines semble plus élevée. En 1975, la valeur ajoutée par travailleur de la production était inférieure d'environ 10% dans les usines canadiennes; toutefois, la moitié de cette différence pouvait être expliquée par les salaires supérieurs versés aux États-Unis.

La plus grande partie de la production de cette industrie est concentrée dans les régions métropolitaines importantes et le Québec et l'Ontario sont responsables de 85% des livraisons et des emplois de cette industrie. Toutefois, comme l'indique le tableau 6, les imprimeries sont situées dans tout le Canada et l'industrie offre des possibilités d'emploi importantes dans des centres secondaires comme Saint-Jean (N.-B.), Sherbrooke (Qué.), Brantford (Ont.), Brandon (Man.), et Moose Jaw (Sask.).

**TABLEAU 6**  
Industrie de l'imprimerie commerciale  
Répartition régionale des établissements, 1976\*

Région	Établissements		Total des emplois		Livraisons	
	Nombre	%	Nombre	%	\$ millions	%
Maritimes	97	4,3	796	1,7	17,0	1,2
Québec	717	31,7	14 275	30,5	444,2	31,4
Ontario	998	44,1	25 180	53,8	761,0	53,8
Prairies	242	10,7	4 072	8,7	110,3	7,8
C.-B., Yukon et T.-N.-O.	208	9,2	2 480	5,3	82,0	5,8
<b>TOTAL</b>	<b>2 262</b>	<b>100,0</b>	<b>46 803</b>	<b>100,0</b>	<b>1 414,5</b>	<b>100,0</b>

\*Estimations de I & C

Bien que 2% seulement des entreprises de cette industrie canadienne appartiennent à des étrangers (entreprises définies comme appartenant à des non-résidents dans une proportion de 50% ou plus), ces entreprises sont plus importantes que la moyenne et sont responsables d'environ 20% des livraisons totales dans ce secteur. Le degré d'appartenance étrangère est le plus important dans le domaine des cartes de souhaits et des formules de bureau.

Comme l'indique le tableau 7, la valeur ajoutée par travailleur de la production dans l'industrie de l'imprimerie commerciale tend à augmenter avec l'importance de l'entreprise. Les économies d'échelle sont importantes dans cette industrie surtout en ce qui concerne la spécialisation des produits et la facilité à adopter des nouvelles techniques. La plupart des imprimeries canadiennes produisent une grande gamme d'articles imprimés. Plusieurs imprimeurs se spécialisent dans un nombre restreint de groupes de produits et il existe des firmes spécialisées pour la production de produits tels qu'imprimés financiers et légaux, de formules de bureau et de cartes de souhaits.

**TABLEAU 7**  
Industrie de l'imprimerie commerciale  
Valeur ajoutée par employé d'usine, 1976

Importance des entreprises	Valeur ajoutée par employé d'usine, 1976
Ventes annuelles s'élevant à moins \$250 000	\$20 144
de \$250 000 à \$499 999	\$27 893
de \$500 000 à \$1 499 999	\$32 274
de \$1 500 000 à \$4 999 999	\$31 562
\$5 000 000 et plus	\$32 194

Source: Association des industries graphiques – Canadian Ratios for Profit Planning. Fondée sur les statistiques de 180 entreprises représentant 29% des ventes totales de cette industrie

## FONCTIONS DE L'INDUSTRIE

Le processus de production dans l'industrie de l'imprimerie commerciale est constitué de trois phases fondamentales bien distinctes:

- a) *la préparation*, qui comprend la disposition et l'arrangement de renseignements en mots, lignes et phrases, à la main, au moyen d'une machine à écrire ou d'une machine à composer (composition); la séparation des éléments colorés des dessins et des photographies avec des filtres (séparation des couleurs) et la production des clichés qui contiennent les renseignements et les illustrations qui seront produits par des moyens mécaniques, photomécaniques et électromécaniques (clichage);
- b) *l'impression*, qui comprend la reproduction des images des clichés sur le papier ou d'autres substances. L'offset (quelquefois appelé lithographie) est la principale méthode d'impression utilisée, représentant quelque 80% de toutes les livraisons de cette industrie, suivi par la typographie et la gravure qui représentent respectivement 15% et 3% du marché. La sérigraphie, la flexographie et l'impression à sec représentent les 2% qui restent;
- c) *la finition*, qui comprend des opérations telles que plier, couper, rassembler et relier.

On considère que cette industrie est surtout à base de main-d'oeuvre. En 1975, les salaires ont atteint presque 42% de l'activité manufacturière, valeur ajoutée, près de 7% de plus que la moyenne de toutes les industries manufacturières. Les opérations de finition sont relativement plus à base de main-d'oeuvre au Canada et aux États-Unis. Cela s'explique jusqu'à un certain point par le fait que les fournisseurs de machinerie ont concentré leur effort sur l'automatisation des opérations de préparation et d'impression.

Partout dans le monde, l'industrie de l'imprimerie commerciale a compté sur les fournisseurs de machinerie et de matériel pour l'innovation technologique. Ces fournisseurs ont mis en oeuvre de vastes programmes de recherche et de développement afin de s'approprier une plus grande part du marché. Il s'en est suivi une création rapide et constante de techniques nouvelles et plus complexes. Comme dans beaucoup d'autres pays, les petites entreprises canadiennes d'imprimerie n'ont pu suivre le rythme des innovations technologiques. L'étude Stevenson et Kellogg indique que le laps de temps écoulé depuis la conception des innovations technologiques jusqu'à leur mise en application a varié entre 10 et 30 ans pour les petites imprimeries canadiennes comparativement à deux à cinq ans pour les entreprises plus importantes.

## FINANCE

Les investissements de l'industrie de l'imprimerie commerciale ont été relativement faibles. Entre 1969 et 1974, par exemple, on a investi \$311,9 millions ou \$7070 par employé pour le matériel, les édifices et les réparations. Par contre, les industries manufacturières ont investi en moyenne \$15 200 par employé au cours de la même période.

Les ratios financiers les plus récents en ce qui concerne l'industrie de l'imprimerie commerciale et toutes les industries manufacturières sont indiqués au tableau 8 ci-dessous:

TABLEAU 8  
L'industrie de l'imprimerie commerciale canadienne et toutes les industries manufacturières  
Ratios financiers 1974

	<i>Imprimerie commerciale</i>	<i>Toutes les industries manufacturières</i>
Ratio du fonds de roulement	1,6	1,6
Bénéfice avant impôts sur le revenu total (%)	9,8	8,6
Bénéfice avant impôts sur l'avoir (%)	28,8	22,9
Coût des ventes/Ventes (%)	70,8	77,6
Dette à long terme/Avoir (%)	25,4	21,2

Source: Statistique Canada - Statistique financière des sociétés - Cat. 61-207

Le tableau 9 indique que le bénéfice après impôts sur l'avoir pour la période s'étendant de 1969 à 1974 a été régulièrement plus élevé pour l'imprimerie commerciale que pour toutes les industries manufacturières. Bien que les statistiques pour les périodes les plus récentes ne soient pas disponibles, on croit que l'industrie a continué à réaliser de bons bénéfices.

**TABLEAU 9**  
Industrie de l'imprimerie commerciale  
Bénéfice après impôts sur l'avoir, 1969-1974

	<i>Imprimerie commerciale</i>	<i>Toutes les industries manufacturières</i>
1974	20,1	14,2
1973	16,8	12,7
1972	12,2	8,7
1971	11,2	5,8
1970	7,3	5,2
1969	9,6	6,7

Source: Statistique Canada - Statistique financière des sociétés - Cat. 61-207

Comme l'indique le tableau 10, les entreprises les plus rentables de l'industrie canadienne semblent être les grosses compagnies.

**TABLEAU 10**  
Industrie de l'imprimerie commerciale  
État des profits en 1976

<i>Taille des entreprises</i>	<i>Profit avant l'impôt sur le revenu total</i>	<i>Profit avant l'impôt sur l'avoir des actionnaires</i>
Ventes annuelles inférieures à \$500 000	2,9	15,0
\$500 000 à \$4 999 999	4,6	21,2
\$5 000 000 et plus	5,6	16,7

Source: Association des industries graphiques - *Canadian Ratios for Profit Planning*. Fondée sur les statistiques de 180 entreprises représentant 29% des ventes totales de cette industrie.

## RELATIONS DE TRAVAIL

Les plus petites entreprises dans l'industrie ont tendance à être non syndiquées tandis que la plupart des grosses firmes sont syndiquées. Il semblerait que le degré de syndicalisation soit plus élevé au Canada qu'aux États-Unis. Il y a eu relativement peu de conflits de travail dans l'industrie canadienne. Selon l'étude Stevenson et Kellogg, il s'est produit quelques brefs arrêts de travail entre 1971 et 1973 qui n'ont toutefois pas eu de répercussions fâcheuses sur l'industrie. Ces arrêts de travail ont souvent été déclenchés à cause de conflits concernant les changements technologiques. Le nombre limité des heures-hommes perdues à cause des grèves reflète les conditions de travail supérieures à la moyenne qui prévalent dans cette industrie.

## COMPÉTENCE DE LA DIRECTION

En général, seules les grandes entreprises de cette industrie sont gérées par des professionnels spécialisés dans la gestion. Dans les petites et les moyennes exploitations, presque toutes les décisions sont prises par une ou deux personnes qui sont des entrepreneurs formés à la production ou

à la vente directe mais qui ont peu d'expérience dans les autres fonctions. La plupart des entreprises d'imprimerie appartiennent à des particuliers, mais les cas de propriété individuelle et d'association qui équivalent à plus d'un tiers du nombre total des entreprises ne représentent qu'environ 5% des emplois et des livraisons.

La gestion dans cette industrie est aussi faible sur le plan de la commercialisation. La plupart des entreprises n'ont pas d'objectifs et de stratégie clairement définis dans ce domaine. Les petits imprimeurs considèrent l'imprimerie comme un métier artisanal et se voient eux-mêmes comme des artisans. En conséquence, ils sont essentiellement axés sur la production et laissent aux vendeurs les fonctions de commercialisation. Même dans les grandes entreprises, on fait peu d'efforts pour analyser systématiquement les perspectives du marché.

L'Association des industries graphiques, qui groupe les imprimeurs commerciaux au Canada, a mis au point un certain nombre de publications spécialement adaptées aux besoins des directeurs de petites et de moyennes entreprises. Elle effectue aussi des vérifications techniques des installations afin d'améliorer les techniques de gestion. Toutefois, son budget limité empêche cette Association d'élargir ses activités à tous les aspects de la gestion. L'industrie a récemment mis en oeuvre un programme de bourses d'études pour les étudiants des écoles secondaires qui veulent entreprendre des études universitaires en arts graphiques. Cependant, le niveau actuel des dons et des engagements de l'industrie de l'imprimerie ne permet d'accorder des bourses qu'à cinq ou six étudiants par année.

## RENDEMENT DE L'INDUSTRIE

TABLEAU 11  
Industrie de l'imprimerie commerciale  
Statistiques choisies, 1965-76

	1965	1967	1969	1971	1973	1975*	1976*
Nombre d'établissements	1 993	2 072	2 119	2 128	2 183	2 235	2 262
Nombre total d'emplois	35 264	38 154	38 723	39 632	42 894	45 440	46 803
Valeur des livraisons (millions de dollars)	488,3	596,8	680,6	764,2	987,6	1 362,6	1 414,5
Importations: part du marché canadien apparent** (%)	12,7	13,2	14,3	14,3	13,5	13,9	13,9
Exportations exprimées en pourcentage des livraisons**	1,0	1,3	1,7	2,0	2,3	2,4	2,9

\*Estimation de l'I & C

\*\*Groupes de l'imprimerie, édition et activités annexes

Source: Statistique Canada

L'expansion de la production depuis 1965 a occasionné la création d'environ 11 500 emplois dans cette industrie. L'emploi féminin a atteint 31% de l'effectif de main-d'oeuvre de cette industrie, ce qui représente environ 6% de plus que la moyenne pour toutes les industries de fabrication.

L'industrie s'est classée dans le quartile le plus élevé des taux de salaires manufacturiers. Les gains horaires moyens dans cette industrie, en novembre 1977, s'élevaient à \$6,78 comparativement à \$6,58 pour l'ensemble du secteur manufacturier, reflétant ainsi dans une vaste mesure les besoins de haute spécialisation pour un grand nombre d'opérations d'imprimerie. Les gains ont tendance à être relativement plus élevés dans les grandes agglomérations et sont généralement moins élevés dans la région de l'Atlantique qu'ailleurs au Canada. Tel qu'indiqué au tableau 12, l'industrie canadienne a toujours eu une structure de salaires beaucoup plus faible que sa voisine américaine. Toutefois, la différence entre les salaires diminue et l'on remarque, comme l'indique le tableau 13, que pour certaines professions les salaires sont maintenant plus élevés au Canada.

Au Canada, les membres de l'industrie sont très préoccupés de l'augmentation des coûts de papier d'imprimerie, de papier à livres et du papier fin. Ces qualités de papier représentent environ 24% du prix de vente de l'industrie et bénéficient au Canada d'une protection tarifaire de 12% à 15%.

**TABLEAU 12**  
Industrie de l'imprimerie commerciale  
Gains horaire moyens, 1965-1975

	<i>Canada</i>	<i>É.-U.*</i>	<i>Canada/É.-U.</i> %
1975	\$5,04	\$5,23	96,4
1974	4,46	4,93	90,5
1973	3,97	4,62	85,9
1972	3,67	4,42	83,0
1971	3,41	4,02	84,8
1970	3,14	3,68	85,3
1969	2,97	3,58	83,0
1968	2,76	3,41	80,9
1967	2,56	3,14	81,5
1966	2,44	3,05	80,0
1965	2,31	2,95	78,3

\*Les statistiques des États-Unis comprennent le segment des grébiches et des mécanismes.

Source: Statistique Canada - Imprimerie, édition et activités annexes - Cat. 36-203 U.S. Bureau of Census, Annual Survey of Manufactures

**TABLEAU 13**  
Industrie de l'imprimerie commerciale  
Gains horaire moyens des membres du syndicat — janvier 1978

	<i>Canada *</i>	<i>É.-U. **</i>
Relieur I	\$8,92 (3)	\$7,74 (40)
Relieur II	5,85 (3)	5,19 (38)
Compositeur	9,29 (3)	7,97 (33)
Opérateur de presse à cylindre	9,05 (3)	8,10 (40)
Aide opérateur de presse à cylindre	7,85 (1)	6,86 (33)

(\*) Nombre de villes canadiennes de plus de 100 000 habitants représentées dans le calcul de la moyenne

(\*\*) Nombre de villes américaines de plus de 100 000 habitants représentées dans le calcul de la moyenne.

Source: *Graphic Arts Union Employers of America*

Le transport n'est pas un élément important du coût pour la plupart des imprimeries du Canada vu que celles-ci ne recherchent pas la clientèle de marchés éloignés. L'étude Stevenson et Kellogg a révélé que plus de 80% des établissements livrent la majeure partie de leur production dans un rayon de 80 km. Par contre, 2% expédient la majeure partie de leurs livraisons à plus de 800 km. Pour les entreprises qui veulent opérer dans un territoire commercial plus étendu, les frais de transport peuvent devenir un élément important de compétition.

**TABLEAU 14**  
Industrie de l'imprimerie commerciale  
Dépenses d'équipement et de réparation

	<i>Équipement</i> (millions de \$)	<i>Réparation</i> (millions de \$)	<i>Total</i> (millions de \$)
1976	\$46,7	\$15,9	\$62,6
1975	52,9	17,5	70,4
1974	49,3	15,3	64,6
1973	45,1	12,6	57,7
1972	36,1	12,0	48,1
1971	35,4	9,5	44,9
1970	37,8	9,6	47,4
1969	39,4	9,8	49,2

Source: Données inédites de Statistique Canada.

Les frais annuels d'équipement et de réparation de l'industrie, de 1969 à 1976, sont indiqués au tableau 14. Les dépenses d'équipement et de réparations sont passées de 7,2% du chiffre des ventes en 1969 à 4,4% en 1976. Comme nous l'avons déjà dit, les chiffres pour l'industrie, en termes d'investissement moyen par employé, étaient très inférieurs à la moyenne pour l'ensemble du secteur manufacturier.

En raison surtout du faible apport de capital requis pour entrer dans cette industrie, un grand nombre de petites imprimeries ont été établies et il y a toujours eu une capacité de production excédentaire. Après avoir acheté une nouvelle machinerie et un nouvel équipement, les grandes entreprises ont toujours eu tendance à garder les anciennes pièces pour les utiliser en période de pointe. Le même phénomène s'est produit, bien que de façon moins prononcée, dans les petites entreprises.

Les statistiques sur la valeur ajoutée par travailleur de la production pour les imprimeries canadiennes et américaines entre 1965 et 1975 figurent au tableau 15.

**TABLEAU 15**  
Industrie de l'imprimerie commerciale  
Valeur ajoutée totale par travailleur de la production

	<i>Canada</i>	<i>É.-U.*</i>	<i>Canada/É.-U.</i> %
1975	\$24 184	\$26 525	91,2
1974	22 424	26 098	85,9
1973	19 589	23 313	84,0
1972	17 803	22 091	80,6
1971	16 464	19 921	82,6
1970	15 408	18 341	84,0
1969	15 367	17 853	86,1
1968	14 081	17 037	82,6
1967	13 416	15 682	85,6
1966	12 802	14 576	87,8
1965	12 150	13 871	87,6

\*Les statistiques des É.-U. comprennent le secteur des grèbiches et des mécanismes.

Source: Statistique Canada — Imprimerie, édition et activités annexes — Cat. 36-203 U.S. Bureau of Census, *Annual Survey of Manufactures*

Cette différence de niveaux dans les deux industries reflète dans une certaine mesure la différence entre les salaires. Elle peut aussi être attribuée au fait que les grandes imprimeries américaines représentent une plus grande part de la production totale de l'industrie et, par conséquent, réalisent des économies d'échelle plus considérables. Elle est aussi due au fait qu'au Canada les tirages sont plus limités vu que le marché intérieur est divisé en deux groupes linguistiques.

Le volume relativement faible du marché canadien a imposé des limites strictes à cette industrie au point que l'adoption de nombreux progrès technologiques dans le domaine de l'imprimerie commerciale n'est pas économiquement rentable.

Depuis longtemps l'industrie est axée vers le marché intérieur. L'accès au marché américain est entravé par un manque de connaissance de la commercialisation et d'initiative ainsi que par les dispositions relatives à la fabrication de la législation américaine sur les droits d'auteur. Ces dispositions empêchent l'importation aux États-Unis des livres et des périodiques de langue anglaise écrits par des citoyens ou des résidents des États-Unis, en limitant dans ce pays la protection sur les droits d'auteur à moins que les produits en question ne soient fabriqués localement.

Les exportations de tous les imprimés canadiens réparties par destination figurent au tableau 16. L'augmentation des exportations vers les États-Unis reflète, dans une vaste mesure, l'augmentation des exportations de livres par les éditeurs canadiens.

TABLEAU 16  
Exportations canadiennes d'imprimés

	1965		1969		1973		1977	
	\$ millions	%						
États-Unis	9,9	89,2	20,4	80,0	43,3	86,4	78,4	86,3
France	,1	,9	1,4	5,5	1,6	3,1	3,1	3,4
Royaume-Uni	,7	6,3	,4	1,6	,9	1,7	2,5	2,8
Autre	,4	3,6	3,3	12,9	4,3	8,8	6,8	7,5
<b>TOTAL</b>	<b>11,1</b>	<b>100,0</b>	<b>25,5</b>	<b>100,0</b>	<b>50,1</b>	<b>100,0</b>	<b>90,8</b>	<b>100,0</b>

Source: Statistique Canada — Exportations par marchandises — Cat. 65-004.

## ENGAGEMENT DU GOUVERNEMENT DANS L'INDUSTRIE

Les changements dans les tarifs et les règlements postaux ainsi que les interruptions du courrier peuvent avoir des répercussions importantes sur les activités de cette industrie étant donné que le quart des livraisons totales est finalement distribué par le courrier. Par exemple les livraisons canadiennes de cartes de souhaits ont augmenté chaque année entre 1968 et 1974, sauf en 1969 et en 1972, ce qui reflète l'augmentation des taux du courrier de première classe qui est entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> novembre 1968 et le 1<sup>er</sup> juin 1972.

Depuis quelques années, le gouvernement fédéral ainsi que les gouvernements de l'Alberta, de la Colombie-Britannique, de l'Ontario et du Québec se sont efforcés, sur plusieurs plans, d'encourager au Canada l'édition des livres et des périodiques dans le but de réduire l'influence culturelle des pays étrangers. Les imprimeurs commerciaux au Canada ont bénéficié de ce renforcement du secteur de la publication.

On estime qu'environ la moitié des livraisons de cette industrie consiste en des produits protégés par la Loi canadienne sur le droit d'auteur. La loi actuelle est entrée en vigueur en 1924 et n'a pas été révisée de façon substantielle depuis. En conséquence, cette loi ne tient pas compte des progrès technologiques et les sanctions prévues sont minimales si on les compare aux normes actuelles. On a donc de plus en plus recours à la photocopie illégale, ce qui a contribué dans une certaine mesure à réduire les ventes de certaines catégories de livres et de périodiques. En avril 1977, Consommation et Corporations Canada a livré à l'attention du public une série de propositions en vue de réviser la Loi.

## PERSPECTIVES DU MARCHÉ

On enregistre d'excellentes perspectives sur le marché intérieur pour les quelques prochaines années, ce qui reflète la hausse prévue du revenu disponible, un accroissement de population avec des niveaux d'instruction plus élevés et une augmentation des heures de loisirs. De nouvelles possibilités d'exportation pour l'industrie pourraient se développer dans l'avenir par suite de l'adoption, aux États-Unis, de la nouvelle loi sur le droit d'auteur qui entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 1978. Cette nouvelle loi comporte une exemption pour le Canada des dispositions sur la fabrication. Cependant, cette exemption ne durera qu'un temps; jusqu'en janvier 1981 et l'on compte que, à moins que le Canada permette l'entrée hors taxes des marchandises, comme stipulé dans l'Accord de Florence, la dite exemption sera levée. L'Annexe A fournit la liste des produits concernés.

## **ANNEXES**

### **A**

#### **LIVRES, PUBLICATIONS ET DOCUMENTS**

Livres imprimés.

Journaux et périodiques.

Livres et documents obtenus par des procédés de photocopie autres que l'impression.

Documents officiels, parlementaires et administratifs publiés dans leur pays d'origine.

Affiches de propagande touristique et publications touristiques (brochures, guides, horaires, dépliants et publications similaires) illustrées ou non, y compris celles qui sont éditées par des entreprises privées, invitant le public à effectuer des voyages en dehors du pays d'importation.

Publications invitant à faire des études à l'étranger.

Manuscrits et documents dactylographiés.

Catalogues de livres et de publications mis en vente par une maison d'édition ou par un libraire établis en dehors du pays d'importation.

Catalogues de films, d'enregistrements ou de tout autre matériel visuel et auditif de caractère éducatif, scientifique ou culturel, édités par ou pour le compte de l'Organisation des Nations Unies ou l'une de ses institutions spécialisées.

Musique manuscrite, imprimée ou reproduite par des procédés de photocopie autres que l'impression.

Cartes géographiques, hydrographiques ou célestes.

Plans et dessins d'architecture, ou de caractère industriel ou technique, et leurs reproductions, destinés à l'étude dans les établissements scientifiques ou d'enseignement agréés par les autorités compétentes du pays d'importation pour recevoir ces objets en franchise.

(Les exonérations prévues dans la présente Annexe A ne s'appliqueront pas aux objets suivants:

- a) Articles de papeterie;
- b) Livres, publications et documents (à l'exception des catalogues ainsi que des affiches et des publications touristiques visés ci-dessus), publiés essentiellement à des fins de propagande commerciale par une entreprise commerciale privée ou pour son compte;
- c) Journaux et périodiques dans lesquels la publicité excède 70% de la surface;
- d) Tous autres objets (à l'exception des catalogues visés ci-dessus) dans lesquels la publicité excède 25% de la surface. Dans le cas des publications et affiches de propagande touristique, ce pourcentage ne concerne que la publicité commerciale privée.)

### **B**

#### **OEUVRES D'ART ET OBJETS DE COLLECTION DE CARACTÈRE ÉDUCATIF, SCIENTIFIQUE OU CULTUREL**

Peintures et dessins, y compris les copies, entièrement exécutés à la main, à l'exclusion des objets manufacturés décorés.

Lithographies, gravures et estampes, signées et numérotées par l'artiste, et obtenues au moyen de pierres lithographiques, planches ou autres surface gravées, entièrement exécutées à la main.

Oeuvres originales de la sculpture ou de l'art statuaire, en ronde bosse, en relief ou in intaglio, à l'exclusion des reproductions en série et des oeuvres artisanales de caractère commercial.

Objets de collections et objets d'art destinés aux musées, galeries et autres établissements publics agréés par les autorités compétentes du pays d'importation pour recevoir ces objets en franchise, sous réserve qu'ils ne puissent être vendus.

Collections et objets de collection intéressant les sciences, et notamment l'anatomie, la zoologie, la botanique, la minéralogie, la paléontologie, l'archéologie et l'ethnographie, non destinés à des fins commerciales.

Objets anciens ayant plus de 100 années d'âge.

## **C**

### **MATÉRIEL VISUEL ET AUDITIF DE CARACTÈRE ÉDUCATIF, SCIENTIFIQUE OU CULTUREL**

Films, films fixes, microfilms et diapositives de caractère éducatif, scientifique ou culturel importés par des organisations (y compris, au gré du pays d'importations, les organismes de radiodiffusion) agréées par les autorités compétentes du pays d'importation pour recevoir ces objets en franchise, et destinés exclusivement à être utilisés par ces organisations ou par toute autre institution ou association publique ou privée, de caractère éducatif, scientifique ou culturel, également agréée par les autorités susmentionnées.

Films d'actualités (comportant ou non le son) représentant des événements ayant un caractère d'actualité à l'époque de l'importation et importés, aux fins de reproduction, soit sous forme de négatifs, impressionnés et développés, soit sous forme de positifs, exposés et développés, la franchise pouvant être limitée à deux copies par sujet. Les films d'actualité ne bénéficient de ce régime que s'ils sont importés par des organisations (y compris, au gré du pays d'importation, les organismes de radiodiffusion) agréées par les autorités compétentes du pays d'importation pour les recevoir en franchise.

Enregistrements sonores de caractère éducatif, scientifique ou culturel destinés exclusivement à des institutions (y compris, au gré du pays d'importation, les organismes de radiodiffusion) ou associations publiques ou privées de caractère éducatif, scientifique ou culturel agréées par les autorités compétentes du pays d'importation pour recevoir ce matériel en franchise.

Films, films fixes, microfilms et enregistrements sonores de caractère éducatif, scientifique ou culturel produits par l'Organisation des Nations Unies ou l'une de ses institutions spécialisées.

Modèles, maquettes et tableaux muraux destinés exclusivement à la démonstration et à l'enseignement dans des établissements de caractère éducatif, scientifique ou culturel, publics ou privés, agréés par les autorités compétentes du pays d'importation pour recevoir ce matériel en franchise.

## **D**

### **INSTRUMENTS ET APPAREILS SCIENTIFIQUES**

Instruments et appareils scientifiques destinés exclusivement à l'enseignement ou à la recherche scientifique pure, sous réserve:

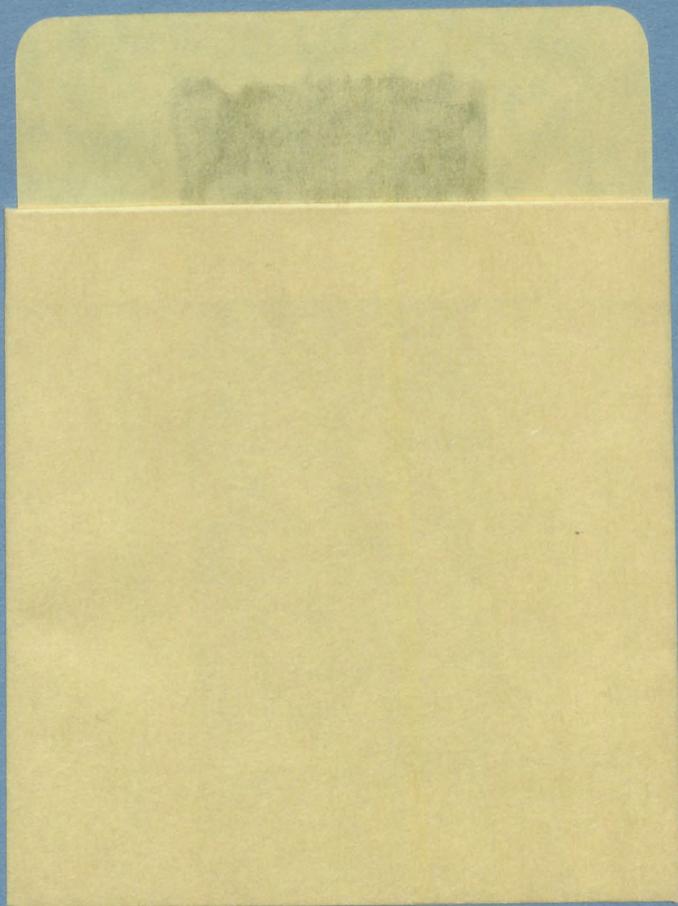
- a) Que les instruments ou appareils scientifiques en question soient destinés à des établissements scientifiques ou d'enseignement, publics ou privés, agréés par les autorités compétentes du pays d'importation pour recevoir ces objets en franchise, ces derniers devant être utilisés sous le contrôle et la responsabilité de ces établissements;
- b) Que des instruments ou appareils de valeur scientifique équivalente ne soient pas présentement fabriqués dans le pays d'importation.

## **E**

### **OBJETS DESTINÉS AUX AVEUGLES**

Livres, publications et documents de toutes sortes en relief pour aveugles.

Autres objets spécialement conçus pour le développement éducatif, scientifique ou culturel des aveugles, importés directement par des institutions d'aveugles ou par des organisations de secours aux aveugles agréées par les autorités compétentes du pays d'importation pour recevoir ces objets en franchise.



INDUSTRY CANADA/INDUSTRIE CANADA



43428

ON PEUT SE PROCURER D'AUTRES COPIES DE CE RAPPORT  
EN EN FAISANT LA DEMANDE À:  
DIRECTION GÉNÉRALE DE L'INFORMATION ET DES RELATIONS PUBLIQUES  
DIVISION DE L'IMPRESSION ET DE LA DISTRIBUTION  
MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE  
OTTAWA, CANADA, K1A 0H5

ALSO PUBLISHED IN ENGLISH