

L'imprimerie : les prochaines années s'annoncent mouvementées

L'industrie de l'imprimerie est présente partout au Québec. Elle a été malmenée ces dernières années tant par des phénomènes d'ordre conjoncturel que structurel. Malgré les vents contraires, l'industrie tient à rester debout et cherche les moyens de s'adapter aux marchés et de redéfinir sa place dans la grande chaîne des communications. Dans ce contexte, elle deviendra plus flexible tant au chapitre des produits imprimés et des services offerts que dans les volumes de production. Pour ce faire, elle devra investir et se brancher sur les nouvelles technologies. Les prochaines années seront particulièrement exigeantes, mais elles changeront le monde de l'imprimerie.

L'IMPRIMERIE : PRÉSENTE AU QUOTIDIEN ET MÉCONNUE

L'industrie de l'imprimerie compte principalement deux grands groupes : l'impression industrielle et l'impression commerciale. Du côté industriel, on réalise les travaux à fort volume : les quotidiens, les magazines ainsi que les documents publicitaires, pour ne nommer que ceux-là. Le volet commercial touche davantage, mais pas exclusivement, l'impression de documents publicitaires, les hebdomadaires, les magazines à faible tirage et les livres.

Elle est un maillon d'une chaîne qui regroupe notamment la fabrication de produits en papier transformé, les éditeurs de journaux, de périodiques, les livres et les répertoires, les services spécialisés en design et les services de soutien aux entreprises. C'est donc dire que sa bonne santé repose en partie sur celle des secteurs qui lui sont apparentés.

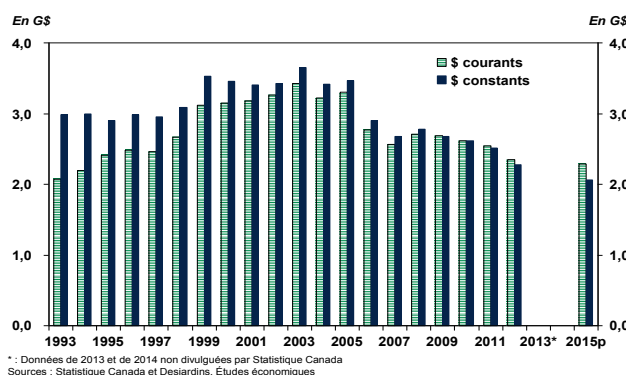
Tout comme l'ensemble du secteur manufacturier, celui de l'imprimerie a écopé lourdement depuis 15 à 20 ans. Ce n'est pas d'hier que certains sonnent le glas de cette industrie qui a pourtant beaucoup à faire comme on le verra plus loin. Plus récemment, au chapitre des facteurs économiques, la récession de 2008 et de 2009, l'appréciation rapide et la force du dollar canadien de 2002 à 2014 et le manque de tonus des économies américaine, canadienne et québécoise après la crise financière ont joué contre elle.

Par ailleurs, la présence grandissante d'Internet dans toutes les sphères d'activité a tiré le tapis sous les pieds de l'industrie. La multiplication des supports à l'information, que ce soit les tablettes électroniques ou les téléphones intelligents, a diminué la demande pour l'information imprimée. La baisse dramatique des revenus publicitaires dans

les journaux a fait fléchir les volumes imprimés. La volonté de réduire la quantité de papier utilisé, que ce soit dans les entreprises, les événements (congrès, réunions de travail, assemblées, etc.), la vente au détail (disparition des catalogues au profit des dépliants ou d'alertes sur Internet via les courriels et les réseaux sociaux) a aussi eu ses contrecoups. Les coups de butoir sont donc venus de tous les horizons, ils étaient à la fois conjoncturels et structurels.

Quelques indicateurs économiques traduisent les difficultés rencontrées par le secteur de l'imprimerie au Québec. On observe d'abord une baisse du PIB réel du secteur. La valeur des ventes des fabricants a aussi diminué après avoir culminé à 3,4 G\$ (en dollars courants) en 2003 (graphique 1). Elles atteignent 2,4 G\$ en 2012¹. On peut estimer qu'elles avoisineront entre 2,1 G\$ et 2,3 G\$ en 2015.

Graphique 1 – Québec : la valeur des ventes des fabricants diminue graduellement dans le secteur de l'imprimerie



* : Données de 2013 et de 2014 non divulguées par Statistique Canada
Sources : Statistique Canada et Desjardins, Études économiques

¹ Les données de 2013 et de 2014 ne sont pas disponibles. Au moment d'écrire ce texte, celles de 2015 n'étaient disponibles que pour les mois de janvier à octobre.

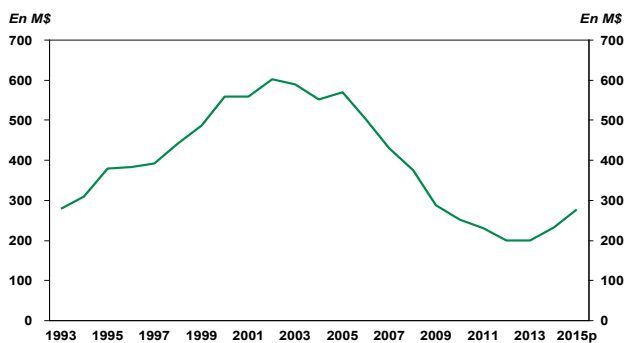
François Dupuis
Vice-président et économiste en chef

Joëlle Noreau
Économiste principale

418-835-2450 ou 1 866 835-8444, poste 2450
Courriel : desjardins.economie@desjardins.com

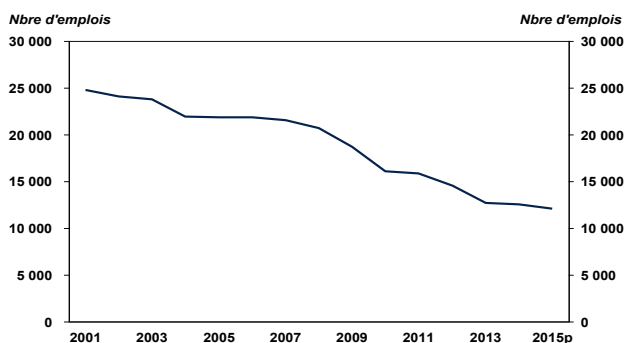
De leur côté, les données sur les exportations (graphique 2) permettent de noter une remontée depuis 2014. Plus de 60 % des exportations internationales du secteur étaient destinées aux États-Unis. À la faveur d'un huard à la baisse, les imprimeurs québécois ont peut-être retrouvé un certain lustre auprès de leurs clients américains. Enfin, la tendance de l'emploi salarié est à la baisse comme on peut le constater au graphique 3. Fait à noter, la diminution du nombre de salariés s'estompe. Par ailleurs, le vieillissement de la main-d'œuvre exige le remplacement des travailleurs et il existe une demande réelle pour les recrues. Les métiers sont multiples : aides-pressiers, préposés à la reprographie, pressiers, techniciens en impression numérique, estimateurs, graphistes, représentants, chargés de projet, coordonnateurs au service à la clientèle, pour ne nommer que ceux-là.

Graphique 2 – Québec : les exportations du secteur de l'imprimerie remontent depuis 2014



Sources : Statistique Canada sur le site d'Industrie Canada, données sur le commerce en direct et Desjardins, Études économiques

Graphique 3 – Québec : l'emploi salarié est à la baisse dans le secteur de l'imprimerie



Sources : Statistique Canada, Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail et Desjardins, Études économiques

AUTRE ÉPOQUE, AUTRES FAÇONS DE TRAVAILLER

Les procédés de production se transforment rapidement. De nouveaux outils ont été développés et les connaissances pour travailler dans le milieu ont passablement augmenté. Ainsi, la formation collégiale des futurs travailleurs a évolué ces dernières années afin de suivre les développements technologiques. Elle permet notamment l'alternance travail-études.

Le secteur de l'imprimerie se réinvente. Bien que des procédés novateurs promettent une véritable révolution, ils n'éclipsent pas totalement les façons de faire actuelles. Ces méthodes présentent tout de même certains avantages : production de masse à faible coût, qualité de reproduction, vaste choix de procédés (offset, sérigraphie, jet d'encre, flexographie, héliogravure, etc.), grand choix d'encres aux caractéristiques diversifiées, impression sur une vaste gamme de supports (papier, carton, film, plastique, verre, etc.). Toutefois, comme la concurrence est forte, ce sont les entreprises qui peuvent allier qualité et rapidité qui se différencient et qui réussissent à tirer leur épingle du jeu.

Les développements sont prometteurs. Il y a maintenant un peu plus de 20 ans, la presse numérique a été mise sur le marché. Toutefois, les avancées actuelles et la recherche feront faire des pas de géant à l'industrie. À l'ère de « l'électronique imprimable » ce ne sont pas que les façons de faire, mais également celles d'organiser le travail, de vendre et de s'afficher qui sont modifiées. Ainsi, on imprime davantage que des mots et des images, on imprime des fonctionnalités. Les étiquettes RFID (Radio Frequency Identification)² sont une réalité bien concrète. Les projets en gestation sont nombreux et audacieux. Il y a des liens qui s'établissent entre le monde numérique et l'imprimerie. Il en sera question un peu plus en détail dans la section suivante. Il faut d'abord se pencher sur les défis de l'industrie dont l'entrée dans le numérique n'est qu'un des aspects.

REGARDER VERS L'AVENIR POUR SE TAILLER UNE PLACE

Les entreprises du secteur de l'imprimerie n'ont d'autre choix que de regarder vers l'avenir si elles veulent assurer leur survie. Ainsi, parmi les défis identifiés par les entrepreneurs eux-mêmes, on note l'arrivée des nouveaux médias de communication, le recrutement de la main-d'œuvre compétente et la compétition pour ne nommer que les défis les plus immédiats.

² Étiquettes RFID : « Ces étiquettes également appelées : étiquettes intelligentes, étiquettes à puces, tag, transpondeur, sont des équipements destinés à recevoir un signal radio et à renvoyer en réponse un signal radio différent, contenant une information. » Pour plus d'information, voir « Quels enjeux autour de l'électronique imprimée? » Jocelyne Rouis, Éliane Rousset, à l'adresse suivante : <http://cerig.pagora.grenoble-inp.fr/Note/2006/impresion-composants-electroniques.htm>

Les considérations environnementales sont aussi à l'ordre du jour, mais elles n'ont rien d'une nouveauté. Le numérique et les questions économiques ont déjà fait pression pour que l'industrie prenne un virage écologique. L'efficacité énergétique est une préoccupation réelle, et ce, depuis de nombreuses années. Par ailleurs, les modes de production ont été revus tant du côté du matériel utilisé (papiers et encres avec certifications, par exemple) que des méthodes de travail. À ce titre, des efforts ont été déployés pour améliorer la ventilation, la récupération des produits employés, les systèmes de traitement des effluents chimiques et la gestion des déchets, notamment.

Les observateurs de l'industrie (entrepreneurs, employeurs et analystes divers) croient également que d'autres défis se présentent. Parmi ceux-ci, on énumère les nouveaux matériaux, l'amélioration de la qualité de l'impression et la réduction des coûts. Peu à peu, le numérique fait sa place au détriment des méthodes plus conventionnelles. Cette tendance est propulsée par la personnalisation accrue et par un ciblage de plus en plus précis de la clientèle qui nécessite une individualisation du matériel imprimé.

Par ailleurs, les imprimeurs doivent ajouter des cordes à leur arc et inclure de plus en plus de services connexes à leur activité principale. On passe donc d'une gestion qui était basée sur un produit imprimé à une offre de service beaucoup plus vaste. Certaines entreprises fournissent désormais des services de publicité, de communication et de marketing en plus de produire du matériel imprimé.

L'ENTRÉE DANS LE 21^E SIÈCLE SE FAIT EN QUATRIÈME VITESSE

L'arrivée des nouveaux médias a bousculé le monde de l'imprimerie mais, en parallèle, les technologies innovantes pourraient bien offrir des occasions d'affaires inouïes. On assiste à un mariage des plateformes. Un exemple bien réel est celui de l'impression des puces NFC (Near Field Communication – communication en champ proche) qui remplace le code à barres et les codes QR (ces derniers prennent l'allure de petits timbres mouchetés).

Avec la multiplication des besoins en sécurité ou encore pour faciliter la traçabilité des produits, l'imprimerie peut jouer un rôle important. On travaille de plus en plus à développer de nouveaux matériaux avec toutes sortes de fonctionnalités (par exemple pour capter l'humidité, la température ou

les agents pathogènes). Ces derniers pourraient être utilisés sur des documents ou, par exemple, sur des emballages. Ce domaine d'application est en plein développement : son rôle est de plus en plus important : que ce soit pour la protection du bien emballé, l'esthétisme (son apparence) qui fait partie de la stratégie marketing ou pour l'information que l'on doit y trouver.

Même s'il y a encore bien des étapes à franchir entre les prototypes et l'industrialisation à grande échelle, les applications possibles font rêver. On assiste à une convergence des intérêts lorsque la chimie, l'électronique et le monde de l'impression se rencontrent. Les développements actuels cherchent à tirer parti des liaisons électriques entre composants, avec l'impression d'encres conductrices. La gamme des supports flexibles (on peut penser au papier, au textile ou encore au plastique) ouvre des portes. Selon IDTechEx, une firme de recherche et de consultation établie à travers le monde, l'électronique imprimée connaîtra une progression exponentielle d'ici 2030. L'estimation du marché mondial se chiffre à 55 G\$ US en 2020 et à plus de 300 G\$ US en 2030.

D'ici là, l'industrie de l'imprimerie québécoise est appelée à se transformer. Les restructurations ne sont pas terminées, loin de là. En même temps que s'opère cette transition, le secteur doit composer avec les aléas des secteurs qui lui sont apparentés. À ce titre, 2016 démarre abruptement avec le secteur des journaux. En effet, le journal La Presse ne sera publié que le samedi dans sa version papier, ce qui touchera l'impression industrielle. Que peut-on présager pour les autres quotidiens québécois? Que dire des hebdomadaires régionaux et locaux? Les revenus publicitaires seront-ils suffisants pour soutenir les éditions papier? La question reste entière et sera suivie de près.

Toutefois, l'industrie de l'imprimerie ne touche pas que l'impression des journaux. Avec les développements qu'amène l'adaptation rapide des nouvelles technologies, il faudra rester ouvert aux multiples possibilités qui s'offrent. Se garder à l'affût des marchés et des innovations demeurera une priorité. Ces changements commanderont des investissements énormes. Les liens sont appelés à se resserrer avec les principaux donneurs d'ordres, mais également avec les chercheurs de différents horizons. Les prochaines années s'annoncent mouvementées, mais particulièrement intéressantes dans le secteur de l'imprimerie.

Joëlle Noreau
Économiste principale