

L'industrie graphique

en

chiffres



édition

2008

Ce dossier a été réalisé par le Sessi

Coordination

Anne Boniou - Gérard Bigot

tél. : 02 31 45 73 62 - mél : gerard.bigot@industrie.gouv.fr

L'industrie graphique

Investissement, innovation et performances

Panorama des groupes

Commerce extérieur et comparaisons internationales

Emploi et qualifications

Données régionales

Environnement

Gérard Bigot

tél. : 02 31 45 73 62 - mél : gerard.bigot@industrie.gouv.fr

Production

Sylviane Djetebaye

tél. : 02 31 45 74 45 - mél : sylviane.djetebaye@industrie.gouv.fr

Gérard Bigot

tél. : 02 31 45 73 62 - mél : gerard.bigot@industrie.gouv.fr

Environnement

Anne Boniou

tél. : 02 31 45 74 31 - mél : anne.boniou@industrie.gouv.fr

Gérard Bigot

tél. : 02 31 45 73 62 - mél : gerard.bigot@industrie.gouv.fr

Composition par PAO

Patricia Bréard

tél. : 02 31 45 73 22

Directeur de la publication

Yves Robin

Contact

Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'emploi

Sessi

Service des études et des statistiques industrielles

Centre d'enquêtes statistiques

5, rue Claude Bloch

14024 CAEN CEDEX

tél. : 02 31 45 73 33 - Télécopie : 02 31 45 74 84

Centre d'information

10, rue Auguste Blanqui

93186 MONTREUIL CEDEX

tél. : 01 41 63 58 60 - Télécopie : 01 41 63 58 59

Simap

Service des industries manufacturières
et des activités postales

Le Bervil

12, rue Villiot

75572 PARIS CEDEX 12

tél. : 01 44 87 17 17 - Télécopie : 01 53 44 91 90

Sommaire

■ L'industrie graphique	4
■ Production	6
■ Investissement, innovation et performances	8
■ Panorama des groupes	12
■ Commerce extérieur et comparaisons internationales	15
■ Emploi et qualifications	19
■ Données régionales	21
■ Environnement	22
■ Principaux concepts	23

Le **Sessi** souhaite la meilleure utilisation et la plus large diffusion possible des informations qu'il publie.
Toute reproduction, **avec indication de la source**, est donc autorisée, sans aucune restriction.

Photos de couverture

Benoit Delouvier

Avec les remerciements du Sessi

L'industrie graphique

Nomenclature d'activités française : 22.2C imprimerie de labeur, 22.2G prépresse, 22.2E reliure et finitions

La filière des arts graphiques (cf. tableaux ci-dessous) regroupe, en amont, les fabricants de matériels et de matières premières avec leurs distributeurs : équipementiers, industries chimiques, industrie papetière, optique... Au cœur de la filière, les secteurs directement concernés par l'impression forment **l'industrie graphique**. En aval, gravite une multitude de donneurs d'ordres essentiellement liés à l'industrie des biens de consommation : éditeurs, administrations, entreprises, particuliers...

Cette Synthèse porte sur l'industrie graphique : le « prépresse » (poste 22.2C de la Nomenclature d'activités française) - préparation des formes d'impression -, « l'imprimerie de labeur » (22.2G) et la « finition » (22.2E). Ces activités complémentaires peuvent être intégrées au sein des mêmes unités de production.

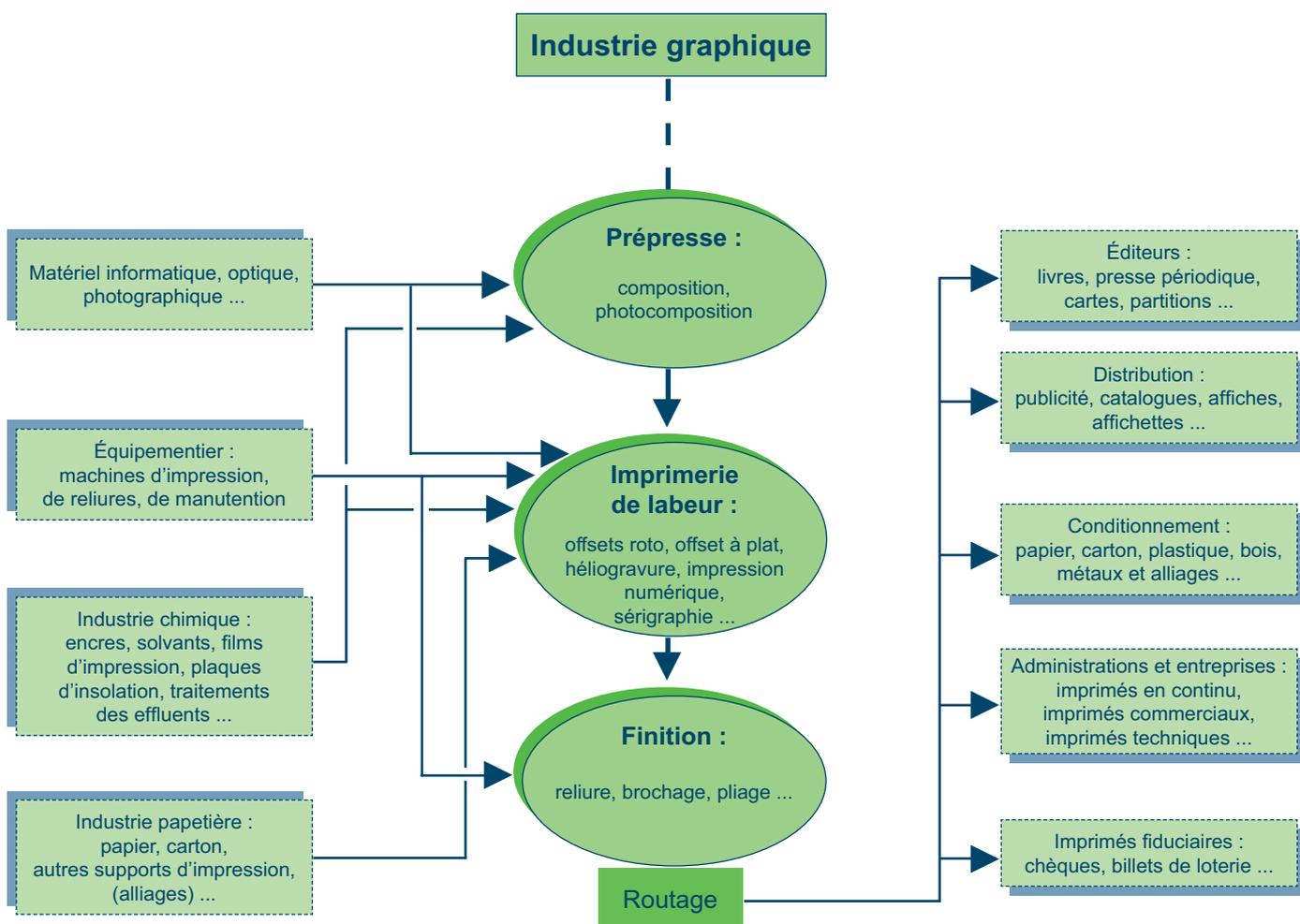
L'impression des quotidiens n'appartient pas au champ de l'industrie graphique. Cette activité, généralement prise en charge par les éditeurs, directement ou par l'intermédiaire d'une société de leur groupe, relève du poste « Imprimerie de journaux » (22.2A) de la nomenclature d'activités française.

5 000 entreprises de l'industrie graphique maillent le territoire national (cf. carte p. 10). Les petites unités (moins de 20 salariés) représentent 80 % de ce tissu industriel, contre 70 % pour l'ensemble de l'industrie manufacturière. La part de leur chiffre d'affaires représente le quart du total, contre 15 % pour l'ensemble de l'industrie manufacturière.

Certaines grandeurs statistiques ne sont pas mesurables sur le champ strict de l'industrie graphique :

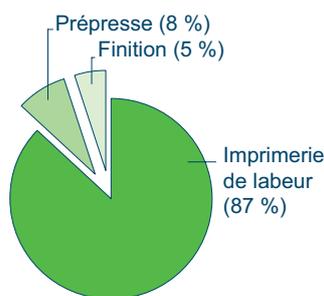
- la production se limite au tonnage imprimé, (cf. page 6) ;
- l'innovation et les équipements en TIC sont évalués sur le champ imprimerie, édition et reproduction, (cf. page 8) ;
- les échanges extérieurs concernent les produits de l'impression et de l'édition, (cf. page 15).

La filière de arts graphiques



Source : Sessi

Répartition du chiffre d'affaires de l'industrie graphique



Champ : entreprises de toutes tailles, 5 050 entreprises du préresse, de l'imprimerie de labeur et de la finition

Source : Insee - fichier Suse 2005

Le « préresse » : un secteur très concurrentiel constitué de petites unités

Situé en amont de l'industrie graphique, l'activité de préresse concerne principalement la composition et la photocomposition. Elle implique la saisie de données par numérisation et reconnaissance optique, ainsi que la mise en forme électronique et le traitement d'image assisté par ordinateur. Le chiffre d'affaires du préresse est relativement stable. Il s'est élevé à 940 millions d'euros en 2005.

Cette activité fait l'objet d'une concurrence exacerbée. En 1993, plus de 200 entreprises du préresse possédaient un effectif égal ou supérieur à 20 salariés. En 2006, elles n'étaient plus que 87.

Cette diminution du nombre d'entreprises tient en partie à l'automatisation des unités d'impression, aux chaînes numérisées et à la recherche d'économies d'échelle exercée par les grandes imprimeries : ces dernières intègrent de plus en plus la préparation des formes à imprimer.

Parallèlement, les petites entreprises du préresse se développent : 720 en 2005, contre 563 en 1993. Les petits imprimeurs ne peuvent pas, ou ne veulent pas, choisir la voie du « tout intégré » compte tenu du coût des investissements. La conséquence est inhabituelle : les petites entreprises du préresse se développent au détriment des grandes, de sorte que, aujourd'hui, 60 % du chiffre d'affaires du secteur relève des entreprises de moins de 20 salariés. Cette situation, atypique dans l'industrie, est caractéristique d'une activité où la concurrence est particulièrement sévère.

L'imprimerie de labeur : le cœur de l'industrie graphique

L'imprimerie de labeur est la principale composante de l'industrie graphique. Elle couvre 80 % de l'emploi et l'essentiel du chiffre d'affaires total (près de 10 milliards d'euros). La domination de ce secteur au sein de l'industrie graphique tient au fait que ces entreprises peuvent intégrer le préresse en amont et la finition en aval.

Les entreprises de 20 salariés ou plus représentent les trois quarts du secteur. Le nombre d'entreprises a fortement décru depuis 1993. De nombreuses entreprises artisanales ont disparu. Parallèlement, des grandes unités se restructurent. Ces mouvements, voulus ou subis, résultent de la nature concurrentielle des marchés, difficiles

Ensemble de l'industrie graphique en France

	Nombre d'entreprises		Chiffre d'affaires Ms€	
	1993	2005	1993	2005
Imprimerie de labeur	4 690	3 900	8 860	9 898
Préresse	800	900	982	940
Finition	240	250	506	522
Total de l'industrie graphique	5 730	5 050	10 348	11 360

Champ : entreprises de toutes tailles

Source : Insee - fichier Suse

à capter et encore plus à conserver. La perte d'un grand contrat détenu depuis longtemps est un facteur de déséquilibre pour certaines grandes imprimeries, notamment celles de plus de 100 salariés, au point de les contraindre à de fortes restructurations voire à la cessation d'activité. Les délocalisations expliquent aussi des fermetures d'entreprises. Elles sont essentiellement conduites par quelques groupes étrangers implantés en Europe via la France. L'évolution de leurs intérêts a provoqué leur déplacement vers d'autres pays de l'Union européenne. En dépit de cette chute du nombre d'entreprises, le chiffre d'affaires progresse : il atteint 9,9 milliards d'euros en 2005, contre 8,9 milliards d'euros en 1993, traduisant des gains de productivité du travail. En effet, le nombre de salariés recensés dans l'imprimerie est passé de 103 000 en 1993 à 86 000 en 2005.

La finition : un secteur aval stable

Le secteur de la finition, situé en aval au sein de l'industrie graphique, n'a pas connu de forte restructuration. En 2005, 250 entreprises sont spécialisées dans les travaux de finition, soit 10 de plus qu'en 1993. Le poids des entreprises de 20 salariés ou plus est stable, ces dernières regroupent 85 % du chiffre d'affaires et de l'emploi. Celui des 15 entreprises de 100 salariés ou plus est également stable. Elles génèrent à elles seules 45 % du chiffre d'affaires.

Poids des entreprises de 20 salariés ou plus dans l'industrie graphique

%	Nombre d'entreprises		Chiffre d'affaires	
	1993	2005	1993	2005
Imprimerie	21,7	21,8	75,6	74,4
Préresse	25,5	10,8	67,8	42,4
Finition	38,8	36,4	87,0	84,7
Industrie graphique	22,9	20,5	75,5	75,7
Industrie manufacturière	34,1	29,9	91,8	84,8

Champ : entreprises de toutes tailles

Source : Insee - fichier Suse

Production

La production dans l'industrie graphique se mesure ici par les tonnages imprimés. Les activités de prépresse et de finition ne sont pas quantifiées en volume.

La production d'imprimés fléchit

Entre 2000 et 2006, la production d'imprimés a reculé de 1,2 % par an en moyenne. L'année 2007 confirme ce fléchissement. La percée de nouveaux médias, notamment l'internet, et le dynamisme des voisins européens - Allemagne, mais aussi Italie, Espagne et Royaume-Uni - contribuent à cette évolution.

Le nombre d'entreprises de la branche a diminué, passant de près de 1 800 unités de 10 salariés ou plus en 1996 à 1 000 unités dix ans plus tard. La branche de l'imprimerie a perdu 21 000 salariés au cours de cette période sur le même champ. La productivité s'est sensiblement accrue au cours de cette période grâce notamment aux investissements consacrés aux technologies de l'information et de la communication (cf. chapitre « Investissement, innovation et performances », page 8).

L'imprimerie de labour se décline en six grandes familles de produits : les imprimés en continu (listings, imprimés à partir de rouleaux...), les imprimés publicitaires et affiches, les catalogues et les brochures de vente par correspondance, les imprimés de conditionnement, l'impression de périodiques et l'impression de livres. Le poids de ces familles est globalement stable : près de 90 % du tonnage total imprimé en 2006. Cette proportion était identique dix années auparavant.

Les nouveaux médias modifient les comportements

La production d'imprimés en continu est celle qui enregistre le recul le plus spectaculaire au sein de l'imprimerie. À la différence des autres familles de produits, ce segment souffre depuis plus d'une décennie de la dématérialisation de certains imprimés. À titre d'exemple, l'impression croissante des fiches d'État civil *via* Internet se substitue au papier traditionnel. Par ailleurs, les notices techniques au format papier sont fréquemment remplacées aujourd'hui par des supports CD. Le repli du continu s'est accentué au cours des dernières années : entre 2000 et 2006, la production a décliné de 5,7 % par an en moyenne.

L'impression de catalogues de vente par correspondance (VPC) a progressé de 2,2 % par an au cours de la période 2000-2006. Ce segment de l'imprimerie a résisté jusqu'en 2004, mais le net tassement de l'activité en 2005 et 2006 se confirme en 2007. Ce recul tient notamment au développement des sites commerciaux sur Internet : la démocratisation du Web et l'accroissement de la confiance dans les paiements en ligne contribuent au déclin des catalogues de vente par correspondance sur papier.

Un déplacement de l'investissement publicitaire au détriment du papier

L'imprimé publicitaire est en difficulté depuis 2000. Croissante jusqu'au début du second millénaire, l'activité ne cesse de régresser depuis lors. En moyenne, les tonnages mis sous presse ont reculé de 2,3 % par an de 2000 à 2006. Les premiers mois de

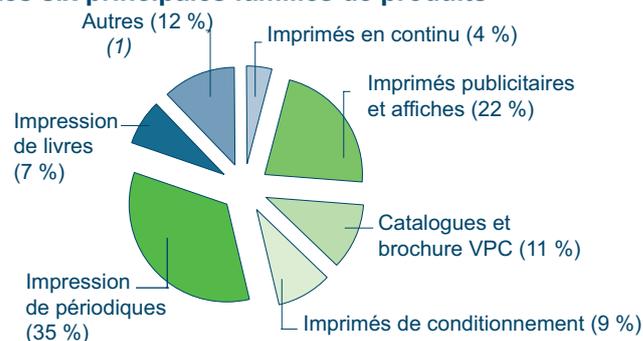
Grandeurs caractéristiques de la branche de l'imprimerie de labour

		1996	2000	2006
Nombre d'entreprises		1 778	1 490	1 037
Effectifs		72 763	68 461	51 419
Production	tonnes	2 737 229	3 306 906	3 015 772
Facturations	k€	6 763 926	7 251 430	6 464 008

Champ : entreprises de 10 salariés ou plus

Source : FICG - enquêtes annuelles de branche

Les six principales familles de produits



(1) y c. imprimés administratifs et commerciaux et imprimés techniques, catalogues et brochures VPC

Champ : entreprises de 10 salariés ou plus

Source : FICG - enquête annuelle de branche 2006

Tonnages imprimés

Produits	Production (tonnes)	
	1996	2006
Imprimés administratifs et commerciaux	94 529	159 943
Imprimés en continu	270 182	127 403
Imprimés techniques et publicitaires :		
- techniques	54 821	107 795
- publicitaires	636 804	631 683
Affiches et affichettes	27 096	39 234
Catalogues et brochures VPC	224 922	324 670
Imprimés de conditionnement :		
- en papier	74 258	73 461
- en carton	197 766	192 813
Impression de périodiques	799 446	1 033 591
Impression de livres	198 392	220 472
Autres	159 013	104 707
Total	2 737 229	3 015 772

Champ : entreprises de 10 salariés ou plus

Source : FICG - enquêtes annuelles de branche

L'année 2007 confirment cette tendance à la baisse. L'ouverture de la publicité télévisuelle à la grande distribution et la migration des investissements publicitaires vers Internet expliquent les difficultés de cette partie de l'imprimerie.

L'impression de périodiques subit aussi les effets d'une crise de l'investissement publicitaire. La production sur ce pan de l'imprimerie se maintient difficilement : elle a crû de moins de 1 % par an au cours de la période 2000 - 2006. Cette quasi-

Production et commercialisation des papiers et cartons d'emballage

en % des facturations	Poids	Consommation apparente 2006 / 2005	Production française 2006 / 2005	Importations 2006 / 2005	Exportations 2006 / 2005
Papier d'emballage souple	21	1,1 ↑	- 5,4 ↓	5,7 ↑	- 3,4 ↓
Carton plat	34	1,0 ↑	- 2,5 ↓	7,8 ↑	4,9 ↑
Papier pour ondulé	45	1,4 ↑	0,4 ↑	0 ↔	- 2,8 ↓

Source : Cofepac

Emballages en papier-carton

Production d'emballages en papier-carton	tonnes	4 200 000
Impression d'emballages en papier-carton en sous-traitance	tonnes	2 859 623

Source : Cofepac - FICG 2005

stagnation est étroitement liée aux difficultés de la presse écrite. À partir de 2000, cette activité souffre d'une baisse des ventes ininterrompue, en particulier sur le créneau de la presse magazine. Pour se maintenir, les éditeurs réduisent le nombre de pages. Cette réduction, conjuguée à la baisse du nombre de lecteurs, conduit au désengagement relatif des investisseurs publicitaires. Ces derniers quittent progressivement la presse périodique au profit d'Internet, de la télévision et, dans une moindre mesure, de la presse gratuite (hors du champ de l'imprimerie de labeur).

Les effets de la concurrence étrangère se perçoivent sur quelques segments de l'imprimerie

À l'échelle nationale comme sur le plan mondial, **la production d'emballages** croît depuis plusieurs années. Cette croissance reflète surtout celle des emballages en bois et plastique, qui progresse en volume de 10 % entre 2000 et 2006. L'emballage en papier et carton ne suit pas cette tendance. Entre 2003 et 2004, son chiffre d'affaires recule de 2,6 %. **L'impression d'emballage**, essentiellement axée sur les supports papier et carton, voit son volume d'impression reculer en moyenne de 2,7 % par an entre 2000 et 2006, du fait d'une forte augmentation des importations. L'impression est souvent intégrée au sein même des usines d'emballages. De ce fait, une part de l'activité échappe aux imprimeurs : l'imprimerie de labeur couvre environ 70 % des produits d'emballages imprimés. Enfin et surtout, l'industrie de l'emballage est ouverte à l'extérieur. Sa production nationale ne reflète pas le marché. En 2005, la demande nationale a augmenté, alors que la production française a reculé.

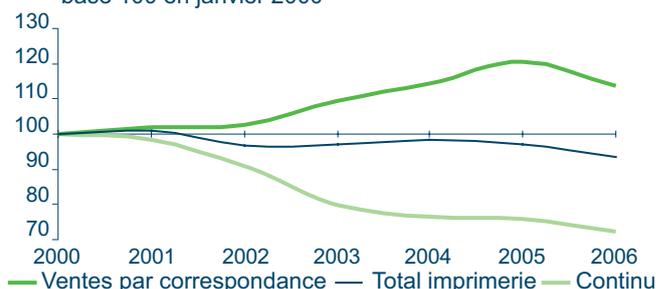
De 2000 à 2006, l'impression des livres est restée stable. Ce maintien de l'activité tient largement à quelques *best-sellers*, notamment au phénomène « Harry Potter », qui contribue à la bonne tenue des années 2003 et 2004.

Selon le syndicat national de l'édition (SNE), le chiffre d'affaires de l'édition progresse de 13 % entre 2000 et 2006. Les imprimeurs français profitent peu de ce dynamisme. La concurrence étrangère pèse en effet sur ce créneau de l'imprimerie où les contraintes de délais, moins fortes, n'incitent pas les éditeurs à privilégier la proximité géographique. Ce décalage est particulièrement marqué sur le marché des livres documentaires, pratiques et de loisirs sur lequel les imprimeurs chinois sont bien positionnés. ■

Imprimés en continu et catalogues de vente par correspondance

évolution annuelle de la production

base 100 en janvier 2000



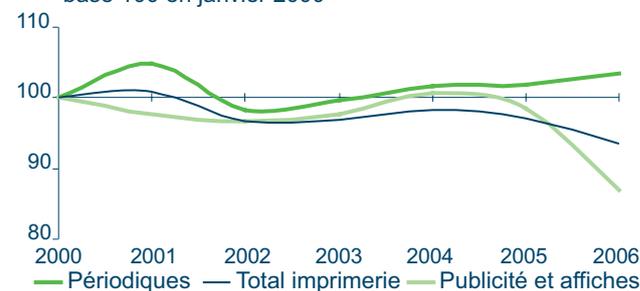
Champ : entreprises de 20 salariés ou plus

Source : Sessi - enquêtes mensuelles de branche

Imprimés publicitaires et périodiques

évolution annuelle de la production

base 100 en janvier 2000



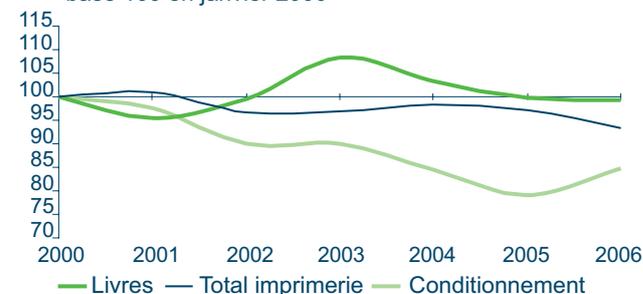
Champ : entreprises de 20 salariés ou plus

Source : Sessi - enquêtes mensuelles de branche

Imprimés de conditionnement et livres

évolution annuelle de la production

base 100 en janvier 2000



Champ : entreprises de 20 salariés ou plus

Source : Sessi - enquêtes mensuelles de branche

Investissement, innovation et performances

L'absence de séries longues sur les prix à la production d'imprimés au cours de la période 1995-2006 contraint à mesurer la productivité apparente du travail en euros courants. Par ailleurs, l'évolution des effectifs dans les entreprises de 20 salariés ou plus du prépresse n'est pas significative en raison d'une forte migration de l'emploi vers les entreprises de moins de 20 salariés (cf. page 5).

Des gains de productivité nécessaires

La forte concurrence qui caractérise le secteur des industries graphiques - poids important des petites unités, dynamisme des voisins européens, percée des nouveaux médias - contraint le secteur à réaliser des gains de productivité importants. Ainsi, alors qu'entre 1995 et 2005, l'industrie graphique a perdu 370 entreprises de 20 salariés ou plus et que sur le même champ l'emploi a reculé de 18 %, le chiffre d'affaires de l'industrie graphique s'est globalement replié de 2,8 %. La contraction des effectifs plus marquée que celle de l'activité reflète un accroissement de la productivité apparente du travail (cf. graphique ci-contre).

Un recours important aux technologies de l'information et de la communication (TIC)

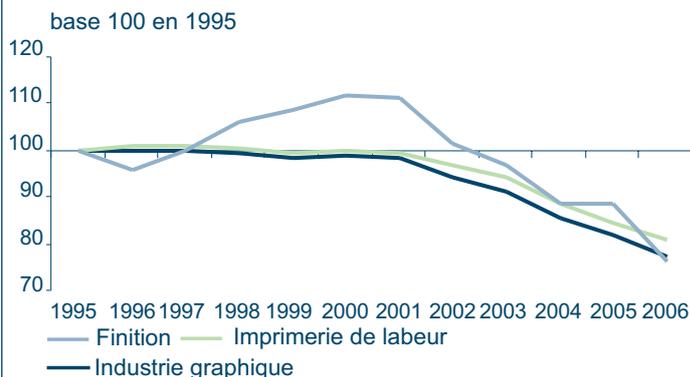
De tels gains de productivité ont pu être réalisés par le recours massif aux technologies de l'information et de la communication (TIC). Outre les chaînes d'impression qui se sont automatisées - l'électronique et l'informatique se substituant aux procédés purement mécaniques -, la transmission de données est au cœur de l'activité de l'industrie graphique. La rapidité, la qualité et la sécurité des transferts - ils permettent notamment d'offrir une bonne et rapide vision du produit fini au client - sont des aspects essentiels de la compétitivité des entreprises. Ainsi, l'utilisation de l'internet haut débit s'est généralisée et les sites en propre se sont répandus : selon l'enquête TIC 2007 réalisée par l'Insee, la quasi-totalité des entreprises du secteur « édition, imprimerie, reproduction » utilise des équipements à large bande, qui autorisent des débits supérieurs à 2Mbits/s (cf. tableau page 9).

Le *computer to plate*, qui supprime certaines étapes dans la phase prépresse (il n'y a plus de film intermédiaire qui insole la plaque d'impression, contrairement au *computer to film*, la plaque d'impression étant directement fabriquée à partir de l'ordinateur de prépresse), atteint maintenant des niveaux de qualité haut de gamme. Au niveau de l'impression, l'offset progresse toujours dans ses temps de calage. En bout de chaîne, l'étape de la finition fait partie de systèmes totalement intégrés qui permettent de gagner du temps et de la précision en pré-réglages.

Un effort élevé d'innovation de processus

Ainsi, dans un contexte de marché tendu, toutes les économies d'échelle permises par l'innovation créent un avantage concurrentiel. À cet égard, selon l'enquête sur l'innovation (CIS4) réalisée par le Sessi, un tiers des entreprises du secteur « édition, imprimerie, reproduction » se déclarent innovantes en termes de procédés, contre 27 % pour l'ensemble de l'industrie

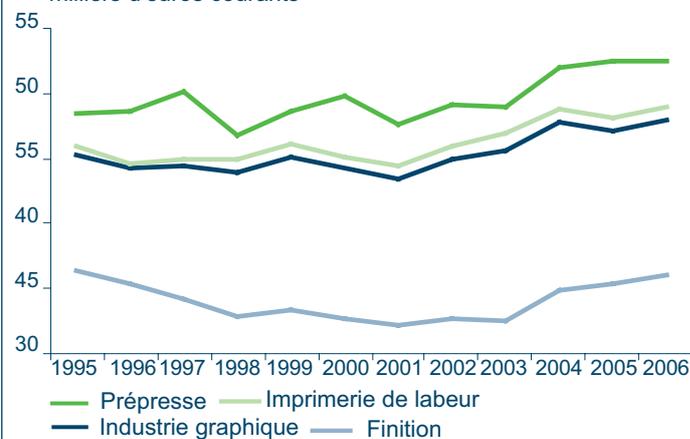
Évolution de l'effectif moyen annuel



Productivité apparente du travail

valeur ajoutée hors taxes par personne

milliers d'euros courants



Champ : entreprises de 20 personnes ou plus

Source : Sessi - enquêtes annuelles d'entreprises

manufacturière. Dans tous les cas, les entreprises disent investir afin de réaliser des gains de productivité et d'améliorer la qualité de leurs prestations.

Les imprimeurs nouent, pour innover, des relations étroites avec les fournisseurs d'équipements : les imprimeries se déclarent en relation avec les fabricants d'outils à cette fin, beaucoup plus que les entreprises de l'industrie manufacturière.

Des investissements coûteux

Le coût du matériel d'impression est élevé. Les presses héliogravure, souvent destinées à l'impression de revues et de magazines, ne sont pas accessibles aux petites entreprises. Une presse quatre couleurs en retiration (impression en recto-verso) coûte entre 675 000 et 800 000 euros. Une rotative « laurier » 16 pages quatre groupes coûte entre 3,5 et 5,5 millions d'euros. Le prix varie en fonction des options qui équipent la machine. L'achat par voie d'appel d'offres est de plus en plus courant. Il permet de faire jouer la concurrence afin d'obtenir les meilleures prestations à prix négocié. Enfin, les équipementiers ne se limitent pas à l'offre catalogue. Pour répondre aux demandes spécifiques, ils peuvent construire des lignes d'impression sur demande. Ces dernières sont forcément coûteuses.

Technologies de l'information et de la communication, utilisation des différents types de réseaux

en % d'entreprises	Imprimerie, édition, reproduction	Biens de consommation	Industrie manufacturière	Tous secteurs
Types de connexions				
Connexion haut débit DSL	94	91	87	86
Autre connexion haut débit	19	16	11	12
Connexion mobile	23	21	21	20
Connexion RNIS/ISDN (numérique)	27	27	23	22
Connexion analogique	51	52	52	52
Types de réseaux				
Sites web en propre	56	53	51	44
LAN *	86	76	71	67
WLAN / Wireless LAN	25	21	20	20
Internet	99	98	95	97
Extranet	19	18	14	17
EDI tous réseaux **	35	34	36	36

* réseau local d'entreprise (LAN) : connexion des micro-ordinateurs au sein d'une entreprise

** EDI échange de données informatisées

Champ : entreprises de 10 salariés ou plus

Source : Sessi - enquête TIC 2007

L'investissement dans le prépresse et la finition

Les entreprises de 20 salariés ou plus couvrent 80 % de l'effort global engagé dans l'imprimerie et la finition. Dans le « prépresse », structurellement formé par les petites entreprises, plus de la moitié des acquisitions relève des sociétés de moins de 20 salariés. Par ailleurs, l'activité de prépresse est de plus en plus intégrée par les imprimeurs. C'est dans leurs ateliers qu'une partie des acquisitions en prépresse se fait. Longtemps mécanisé, le secteur de la finition s'est peu à peu robotisé et informatisé. L'effort consenti par ces entreprises dans la seconde partie des années quatre-vingt-dix est considérable, ce qui a permis de combler l'écart du taux d'investissement avec le reste de la chaîne des industries graphiques. L'obsolescence du matériel de finition est assez lente. En conséquence, la politique d'investissements menée depuis 2000 est moins soutenue. Mais l'interprétation des données doit être prudente, car une partie des imprimeurs intègrent aussi les processus de finition dans leurs ateliers et l'investissement se fait à leur niveau.

Une rentabilité économique pas toujours assurée

La rentabilité économique du capital immobilisé n'est pas toujours assurée. Elle s'élève en effet à 11 % en moyenne dans l'industrie graphique, contre 17 % dans l'industrie manufacturière. La prise en compte du crédit-bail - importante dans l'industrie graphique (cf. infra) - ne change pas fondamentalement cette comparaison.

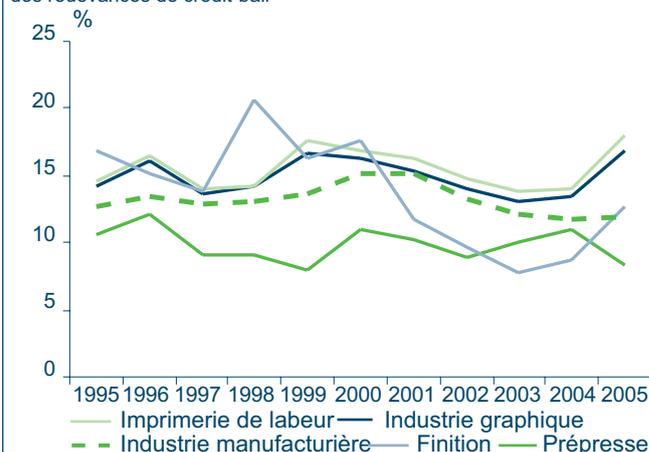
L'arbitrage entre, d'une part, la rationalisation des outils existants en utilisant les compétences en place et, d'autre part, le risque d'investir sur une chaîne performante avec l'élévation des charges induites est difficile. L'état du marché, la possibilité d'en capter des parts, le positionnement et la nature des concurrents ainsi que la situation financière de l'entreprise doivent être soigneusement pesés.

Face au niveau élevé des coûts d'investissement et au manque de fonds propres (cf. encadré page 11), deux types de stratégies se développent :

- la reprise par des groupes dont la capacité d'investissement est plus importante (cf. chapitre « Panorama des groupes », page 12) ;
- le recours au crédit-bail, notamment dans les petites unités.

Taux d'investissement global

Investissements corporels + crédit bail / valeur ajoutée corrigée des redevances de crédit-bail

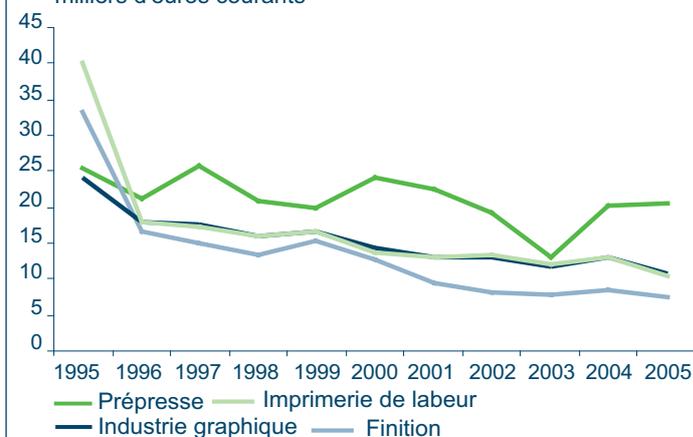


Champ : entreprises de 20 salariés ou plus

Source : Sessi - enquêtes annuelles d'entreprise

Rentabilité des équipements hors crédit-bail

excédent brut d'exploitation / immobilisations en fin d'exercice
milliers d'euros courants



Champ : entreprises de 20 personnes ou plus

Source : Sessi - enquêtes annuelles d'entreprises

Un recours massif au crédit-bail

L'industrie graphique est le secteur de l'industrie manufacturière qui a le plus recours au crédit-bail : 44 %, contre 18 % dans l'industrie manufacturière pour l'ensemble des entreprises. Ce mode de financement s'explique par la taille des entreprises, le coût des équipements et l'évolution technologique rapide.

La part de valeur ajoutée que les entreprises des industries graphiques consacrent aux investissements corporels est passée de 12 % en 1995 à 7,7 % en 2005. Mais ce recul est à considérer au regard de l'importance du recours au crédit-bail. En effet, De 1995 à 2006, les imprimeurs de 20 salariés ou plus ont consacré 16 % de leur valeur ajoutée à l'ensemble des acquisitions « crédit-bail et investissements corporels ». Ce taux d'investissement global n'est que de 13 % pour l'ensemble de l'industrie manufacturière.

Des marges comprimées

Face aux contraintes d'un marché étroit, d'une concurrence vive, et de charges importantes, les entreprises de l'industrie graphique resserrent leurs marges commerciales. En 1995, les consommations en provenance de tiers (papier, encres, eau, électricité...) représentaient 59 % du chiffre d'affaires des imprimeries de labour. Onze ans plus tard, elles atteignent 65 %. Cette croissance des charges pèse sur la valeur ajoutée donc sur le taux de marge brute. En effet, la réduction de la masse salariale, liée aux gains de productivité, ne suffit pas à compenser le recul de la valeur ajoutée. De ce fait, l'excédent brut d'exploitation régresse plus vite que cette dernière. Ainsi, le taux de marge brute est passé de 19,5 % en 1995 à 13,6 % en 2005.

Comparé à l'ensemble de l'industrie française (25,5 % en 2005), ce taux de marge est particulièrement faible. Certes, il reflète le poids du crédit-bail, important dans l'industrie graphique qui se caractérise par des entreprises de petite taille renouvelant fréquemment leurs équipements. Mais, hors crédit-bail, le constat reste le même. Un quart des entreprises de l'industrie graphique affiche un taux de marge brute égal ou supérieur à 22,4 %. Leur taille n'est pas un critère discriminant : certaines d'entre elles emploient moins de 50 salariés, d'autres plus de 50 ou 100 salariés. En revanche, la nature de leur marché principal est déterminante : ces entreprises réalisent l'essentiel de leur chiffre d'affaires dans la branche de l'industrie graphique sur quatre grands marchés : l'imprimé publicitaire, les périodiques, les catalogues de vente à distance et les imprimés de conditionnement.

Effort d'investissement des entreprises de l'industrie graphique en 2005

Tranches de salariés	Nombre d'entreprises		Valeur des contrats de crédit-bail milliers d'euros	Montant des investissements corporels milliers d'euros	Poids du crédit-bail ** %	Taux d'investissement *** %
	Total *	ayant signé un contrat de crédit-bail				
1 à 9	2 866	922	46 685	45 329	51	15
10 à 19	834	410	55 887	45 763	55	18
20 à 49	711	377	145 508	137 326	51	25
50 à 99	184	94	61 972	90 606	41	24
100 à 249	99	52	43 788	87 008	33	17
250 ou plus	24	12	51 547	111 928	32	29
Industrie graphique	4 718	1 867	405 387	517 960	44	22

* Page 5, les 5 050 entreprises incluent les structures à effectif nul

** Poids du crédit-bail = contrats de crédit-bail / (contrats de crédit-bail + investissements corporels)

*** Taux d'investissements = (investissements corporels + contrats de crédit-bail) / (valeur ajoutée corrigée des redevances de crédit-bail)
valeur ajoutée corrigée = valeur ajoutée + (deux tiers des redevances de crédit-bail mobilier + la moitié des redevances de crédit-bail immobilier)

Sources : Sessi, Insee - fichier Suse

Industrie graphique : un taux de marge brute en recul



Champ : entreprises de 20 personnes ou plus

Source : Sessi - enquêtes annuelles d'entreprises

Dispersion du taux de marge brute dans l'industrie graphique

Excédent brut d'exploitation / valeur ajoutée hors taxes (non corrigé)



Note de lecture : un quart des entreprises a un taux compris entre une valeur négative et 0,8 %, un second quart se situe entre 0,8 % et 10,8 %

Champ : entreprises de 20 personnes ou plus

Source : Sessi - enquête annuelle d'entreprise 2005

Des performances en retrait par rapport à l'ensemble de l'industrie française

		Imprimerie de labour	Finition	Industrie graphique	Industrie des biens de consommation	Industrie manufacturière
Productivité apparente du travail	M€	48,2	35,3	50,1	71,4	62,7
Rentabilité du capital immobilisé	%	10,6	7,6	10,7	34,9	16,8
Taux de marge brute	%	13,3	11,0	13,6	30,6	25,5
Taux de profitabilité	%	1,1	1,3	1,4	16,7	10,2
Taux d'endettement	%	4,9	2,8	4,9	7,1	6,4
Part de valeur ajoutée « réservable » à l'autofinancement	%	7,3	7,2	7,7	25,5	19,7
Frais de personnel par personne	M€	37,7	28,9	37,1	44,7	42,3

Champ : entreprises de 20 salariés ou plus en 2005

Source : Sessi - enquête annuelle d'entreprise

Entreprises ayant eu recours au crédit-bail en 2005

Tranches de salariés	Poids du crédit-bail * %	Taux d'investissement ** %	EBE / VAHT			CAF / VAHT		
			ratios moyens %	nombre de ratios nuls ou négatifs	nombre de ratios > 20 %	ratios moyens %	nombre de ratios nuls ou négatifs	nombre de ratios > 20 %
1 à 9	72	29	12	285	258	8	308	185
10 à 19	71	28	8	128	68	3	145	39
20 à 49	64	37	11	92	91	4	115	47
50 à 99	53	33	12	27	23	7	31	10
100 à 249	40	22	12	11	10	5	17	4
250 ou plus	60	40	3	2	2	n.s.	4	2

* Poids du crédit-bail = contrats de crédit-bail / (contrats de crédit-bail + investissements corporels)

** Taux d'investissement = (investissements corporels + contrats de crédit-bail) / (valeur ajoutée corrigée des redevances de crédit-bail)

n.s. : non significatif

valeur ajoutée corrigée = valeur ajoutée + (deux tiers des redevances de crédit-bail mobilier + la moitié des redevances de crédit-bail immobilier)

Sources : Sessi, Insee - fichier Suse

Un manque de fonds propres qui conduit les entreprises à recourir au crédit-bail

Toutes tailles d'entreprises confondues en 2005, 1 867 entreprises de un salarié ou plus, soit 40 % de l'industrie graphique, recourent au crédit-bail. Ces entreprises sont peu endettées pour la majorité d'entre elles. C'est le manque de fonds propres qui les pousse à recourir à ce mode de financement.

Petites entreprises : le crédit-bail est une source de financement incontournable

922 entreprises de **1 à 9 salariés** recourent massivement au crédit-bail. Ce mode de financement couvre 72 % de leur effort global d'investissement en 2005 (investissement corporel + crédit-bail). Le taux d'investissement, tiré par le crédit-bail, atteint 29 %. Un tiers de ces très petites entreprises qui recourent au crédit-bail ont des difficultés financières, leur taux de marge brute et leur ratio d'autofinancement sont nuls ou négatifs.

Les entreprises de **10 à 19 salariés** présentent les mêmes caractéristiques. La moitié d'entre elles, soit 410 entreprises, s'appuient sur le crédit-bail. Le poids de ce dernier représente 71 % de leur effort d'investissement total et leur taux d'investissement atteint 28 %. Cette population d'entreprises est celle qui rencontre les plus grandes difficultés de financement. En moyenne, le taux de marge brute des entreprises est de 7,6 % et leur ratio d'autofinancement de 3,2 %. Un tiers de ces sociétés ont des ratios avec des valeurs nulles ou négatives.

377 entreprises de **20 à 49 salariés**, soit 53 % du total de cette population, recourent au crédit-bail à des degrés divers. En 2005, le montant des contrats conclus représente 64 % de leur effort d'investissement global. Pour cette population, cet effort est élevé en dépit d'un manque de fonds propres (cf. tableau). Il représente 36,6 % de la valeur ajoutée. 115 entreprises de 20 à 49 salariés ont un ratio d'autofinancement nul ou négatif. En revanche 47 d'entre elles semblent en mesure de choisir entre le recours au crédit-bail, l'achat par crédit bancaire ou l'acquisition totale ou partielle en compte propre. En effet, elles disposent

d'un taux de marge brute et d'un ratio d'autofinancement égal ou supérieur à 20 % et sont peu endettées.

Moyennes et grandes entreprises : le crédit-bail reste une source de financement attractive

94 des 184 entreprises de **50 à 99 salariés** recourent au crédit-bail. Une trentaine de ces entreprises affichent un ratio d'autofinancement nul ou négatif, généralement doublé d'un taux de marge brute très faible. À l'opposé, dix entreprises appartenant à cette population affichent un ratio d'autofinancement égal ou supérieur à 20 %. Le poids du crédit-bail atteint 58 % des acquisitions réalisées en 2005. Globalement, l'effort du crédit bail conjugué à celui de l'investissement corporel représente un tiers de la valeur ajoutée.

52 entreprises de **100 à 249 salariés** sur 99 recensées ont acquis des équipements par crédit-bail. Le poids de ce dernier représente 52,7 % de l'ensemble des investissements en 2005. Cette catégorie d'entreprises a consacré 21,7 % de sa valeur ajoutée à cet effet. Dix de ces sociétés présentent un taux de marge brute nul ou négatif. Dix autres ont un taux supérieur à 20 %. Parallèlement, quatre de ces entreprises affichent un ratio d'autofinancement supérieur à 20 % alors que 17 d'entre elles ont un ratio nul ou négatif, ce ratio étant altéré par des charges de gestion exceptionnelles ou par un résultat financier négatif.

La moitié des grandes entreprises de **250 salariés ou plus** s'équipent en partie par la voie du crédit-bail. Ce dernier représente 60 % des acquisitions totales en 2005. Le taux d'investissement de ces entreprises est proche de 40 %, leur taux de marge brute est de 3,2 % et leur ratio d'autofinancement est négatif. Ces résultats tiennent à la situation dégradée de quatre grandes entreprises. En revanche, quelques autres entreprises ont des ratios de marge brute et d'autofinancement supérieurs à 20 %.

Panorama des groupes

En 2005, près de 300 groupes ont au moins une filiale française dans l'industrie graphique. Sur les 5 050 entreprises recensées dans les industries graphiques, (toutes tailles confondues), 600 appartiennent à l'un de ces groupes. Près d'une entreprise sur deux de 20 salariés ou plus dans l'industrie graphique est contrôlée par un groupe. Ces dernières couvrent 63 % du chiffre d'affaires du secteur. Les groupes sont essentiellement de petite taille (cf. encadré). Les quatre premiers concentrent 13,5 % du chiffre d'affaires de l'industrie graphique en France, les dix premiers 21 %.

Un tiers des groupes ont une dimension internationale (cf. encadré) plus ou moins marquée. Parmi ces derniers, une dizaine de groupes français sont spécialisés (cf. encadré) avec un effectif supérieur à 100 salariés dans l'industrie graphique en France.

La moitié des groupes étrangers n'est pas spécialisée. Certains d'entre eux contrôlent en France des entreprises de l'industrie graphique travaillant en sous-traitance pour le compte d'autres filiales du groupe.

Dans cette étude, on a adopté les définitions suivantes :

- un groupe est considéré comme spécialisé dans l'industrie graphique lorsque les effectifs de ses filiales en France se consacrent pour moitié au moins à cette activité ;
- un groupe est considéré de **petite taille**, lorsque l'effectif de toutes ses filiales en France est inférieur à 100 salariés ;
- un groupe est considéré de **grande taille**, lorsque l'effectif de toutes ses filiales en France est supérieur à 100 salariés ;
- un groupe est qualifié de **dimension nationale** lorsque toutes ses filiales sont implantées en France ;
- un groupe est qualifié de **dimension internationale** lorsqu'une de ses filiales au moins est implantée à l'étranger.

Quelques grands groupes français de dimension nationale

61 grands (cf. encadré) groupes français de dimension nationale sont spécialisés dans l'industrie graphique. Ces grands groupes spécialisés contrôlent 180 filiales centrées sur les industries graphiques. Autour de ces dernières, gravite un grand nombre d'autres filiales spécialisées dans les services aux entreprises, le commerce et le routage.

En parallèle, 26 autres grands groupes français de dimension nationale ont une activité qui relève essentiellement de la presse, de l'édition et du conditionnement.

De nombreux petits groupes français de dimension nationale complètent ce tissu industriel. Leur rayonnement est limité. Ils occupent un quart des emplois rattachés à l'ensemble des groupes français de dimension nationale. La structure la plus fréquente pour ces petits groupes consiste à créer une holding qui gère une ou plusieurs très petites filiales, mais par choix stratégique les dirigeants d'une partie de ces groupes isolent les activités d'impression, de prépresse ou de finition au sein d'entreprises différentes.

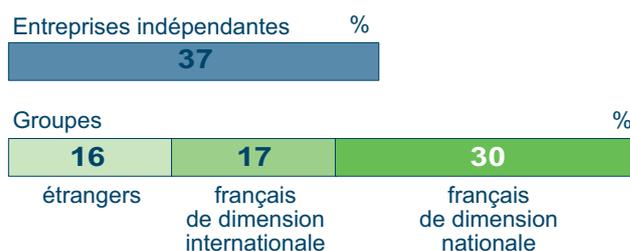
Les groupes de l'industrie graphique en France

	Nombre	Filiales de l'industrie graphique		Effectif industrie graphique (filiales toutes tailles)
		Nombre (toutes tailles confondues)	Poids des filiales de 20 salariés ou plus (% des effectifs)	
Groupes étrangers	60	87	78	7 800
Groupes français de dimension internationale	47	106	75	13 200
Groupes français de dimension nationale	191	407	68	19 000
Total	298	600	70	40 000

Sources : Sessi, Insee - estimations à partir des fichiers Suse et Lifi-Diane

Poids des groupes dans l'industrie graphique en 2005

chiffre d'affaires hors taxes / chiffre d'affaires hors taxes du secteur



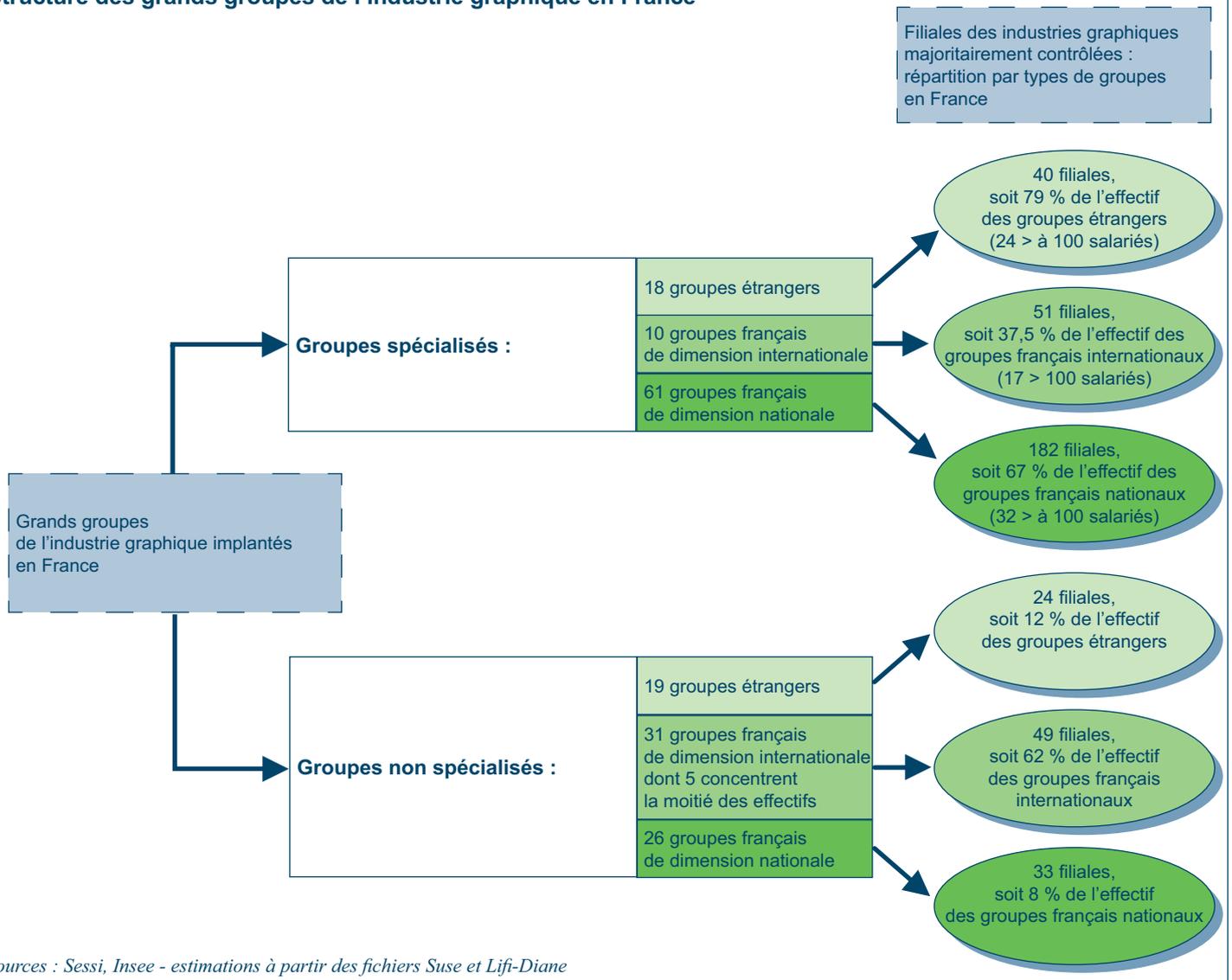
Sources : Sessi, Insee - estimations à partir des fichiers Suse et Lifi-Diane

Pour en savoir plus sur les groupes dans l'industrie manufacturière

Le 4 Pages, Sessi :

- n° 221, juillet 2006, « La taille et l'organisation en groupe, catalyseurs de l'immatériel dans les entreprises »
- n° 219, juin 2006, « La concentration des groupes, au centre des évolutions des secteurs de l'industrie »
- n° 216, avril 2006, « Pas de frontières pour les groupes performants »
- n° 206, juillet 2005, « Les partenariats des groupes industriels, très fréquents, en interne comme en externe »
- n° 199, décembre 2004, « Le commerce extérieur de la France de 1993 à 2002 : les grands groupes internationaux industriels dynamisent les échanges »
- n° 195, novembre 2004, « Les relations interentreprises - nombreuses et d'abord hexagonales »
- n° 167, novembre 2002, « Les échanges internationaux au sein des groupes »

Structure des grands groupes de l'industrie graphique en France



Sources : Sessi, Insee - estimations à partir des fichiers Suse et Lifi-Diane

Peu de groupes français de dimension internationale

Les groupes français de dimension internationale réalisent 17 % du chiffre d'affaires des industries graphiques en 2005 (ensemble des entreprises de 20 salariés ou plus). L'essentiel de cette activité relève de grands groupes non spécialisés dans les industries graphiques mais centrés sur d'autres métiers : l'industrie du luxe, la pharmacie-cosmétique et le papier carton.

Groupes étrangers : l'emploi se concentre dans les grands groupes

60 groupes étrangers sont implantés en France. Leurs filiales des industries graphiques réalisent 16 % du chiffre d'affaires du secteur en France.

Un tiers seulement de ces groupes étrangers sont spécialisés dans l'industrie graphique. Ils génèrent huit emplois sur dix de l'ensemble des filiales étrangères en France de l'industrie graphique.

19 grands groupes étrangers ne sont pas spécialisés dans l'industrie graphique mais possèdent des filiales spécialisées dans cette activité pour répondre à leurs propres besoins. Ces groupes relèvent de la presse périodique, de l'industrie du papier-carton, du caoutchouc et des plastiques, de l'emballage et de l'aluminium...

Certains d'entre eux sont de très grande dimension (plus de 10 000 salariés).

23 très petits groupes étrangers disposent d'une seule filiale de l'industrie graphique en France. Ces filiales sont souvent implantées en zone frontalière, ce qui laisse supposer des échanges intragroupes avec d'autres filiales situées hors du territoire national.

Les entreprises étrangères implantées en France sont majoritairement européennes. Quelques grands groupes sont originaires des États-Unis et du Japon. Mais c'est le Canada qui se distingue par la présence d'un grand groupe qui a choisi de conquérir le marché européen en s'implantant d'abord en France.

La performance économique des groupes varie en fonction de leur degré de spécialisation

Les entreprises de l'industrie graphique appartenant à un groupe accessoirement positionné dans ce secteur affichent de bons résultats. La position de ces entreprises par rapport au marché des industries graphiques est particulière. Une grande partie d'entre elles travaille avant tout pour le compte du groupe, au profit des autres activités, (édition de revues, emballage...). Ces filiales de l'industrie graphique se positionnent marginalement sur le marché graphique. Elles bénéficient de contrats « réservés » qui les placent plus ou moins hors concurrence, ce qui explique leurs bonnes performances.

Performances des filiales de groupes spécialisés

En revanche, la situation est difficile pour une partie des entreprises des 18 groupes étrangers spécialisés. Ces difficultés tiennent à la fois au caractère concurrentiel du marché et au rythme d'investissements qu'elles ont connu. Pour s'implanter en France et en Europe, les entreprises de ces groupes ont fortement investi en équipements modernes. *In fine*, l'intensité des acquisitions a provoqué une surcapacité de production. La rentabilité économique des équipements n'est plus assurée. Il reste que ces entreprises doivent assumer des charges de production croissantes et le poids d'un endettement proportionnel aux investissements.

Les filiales des dix groupes français spécialisés et de dimension internationale ne rencontrent pas cette difficulté. Elles affichent même de bons résultats. Avec une politique d'investissement dynamique, ces filiales réussissent à rentabiliser l'ensemble des équipements. Elles dégagent suffisamment de marge pour assurer la rémunération de leurs capitaux.

Les filiales des 61 grands groupes français spécialisés de dimension nationale résistent eux aussi à la concurrence. Leurs filiales dans l'industrie graphique sont peu endettées. Leur autofinancement est suffisant pour se développer. Ces filiales de grands groupes, en équilibre parfois fragile, se portent mieux que la majeure partie des entreprises indépendantes et des petits groupes à dimension nationale. Dans un contexte où l'offre dépasse la demande, ces entreprises rattachées aux groupes français nationaux rentabilisent leurs équipements au delà de la moyenne sectorielle. Par rapport à l'ensemble de l'industrie manufacturière, leurs comptes restent tout de même en retrait. ■

Pays d'origine des groupes étrangers implantés dans l'industrie graphique en France				
Pays	Groupes de grande taille		Groupes de petite taille	Ensemble des groupes
	spécialisés	non spécialisés	spécialisés	Nombre de filiales industrie graphique en France
Afrique du Sud	1			1
Allemagne	3	1	2	9
Autriche			2	2
Belgique	3	3	4	13
Canada	2	1		14
Congo			1	1
Espagne		4	1	6
États-Unis	2	1	2	5
Angleterre	1	3	5	10
Iles Maurice			1	1
Irlande		1		1
Italie	1	1	1	3
Japon	1		1	2
Luxembourg	1	2	1	5
Monaco			1	1
Pays-Bas		1	1	3
Suède	3			8
Suisse		1		2
Total	18	19	23	87

Sources : Sessi, Insee - estimations à partir des fichiers Suse et Lifi-Diane 2005

Performance des groupes dans l'industrie graphique

		Groupes étrangers		Groupes français de dimension internationale		Groupes français de dimension nationale		Entreprises indépendantes et groupes de petite taille	Ensemble de l'industrie graphique
		spécialisés	non spécialisés	spécialisés	non spécialisés	spécialisés	non spécialisés		
Productivité apparente du travail	M€	53,2	55,1	53,9	56,5	50,5	47,6	47,8	50,1
Rentabilité du capital immobilisé	%	2,5	8,7	14,1	22,3	11,3	12,3	11,1	10,7
Taux de marge brute	%	4,8	14,6	19,4	26,7	15,2	14,3	12,0	13,6
Taux d'endettement	%	11,0	1,7	8,2	8,4	2,2	2,4	3,9	4,9
Ratio d'autofinancement	%	3,8	7,4	12,5	25,9	10,3	5,7	4,2	7,7

Sources : Sessi, Insee - estimations à partir des fichiers Suse et Lifi-Diane 2005

Commerce extérieur et comparaisons internationales

La mesure du commerce mondial de l'imprimé ne peut se distinguer de celle de l'édition. L'exemple des livres et périodiques édités en France mais qui sont imprimés à l'étranger est révélateur. À leur entrée en France, une grande partie de ces articles est comptabilisée sur le compte de l'édition par les services douaniers, alors qu'il s'agit de produits propres au secteur de l'impression. Cette difficulté n'est pas spécifique à la France. Elle concerne les autres pays. Par conséquent, **dans cette partie de l'analyse, le terme « imprimé » prend un sens générique qui inclut les produits de l'impression et ceux de l'édition.** Ce concept, retenu par le Cepii, permet d'approcher le marché mondial de l'imprimé et les forces en présence.

Seuls quelques pays profitent d'un solde commercial positif

La consommation d'imprimés dans le monde est croissante. Les exportations mondiales augmentent sensiblement. Pourtant, le solde commercial est négatif, pour 80 % des 105 pays et zones géographiques observés. L'Union européenne exporte plus d'imprimés vers les autres continents qu'elle n'en importe. Les échanges asiatiques sont globalement équilibrés. En revanche, le commerce extérieur de l'Amérique est déficitaire ainsi que celui de l'Afrique. Cette zone, qui importe depuis la France, est peu impliquée dans le commerce des imprimés.

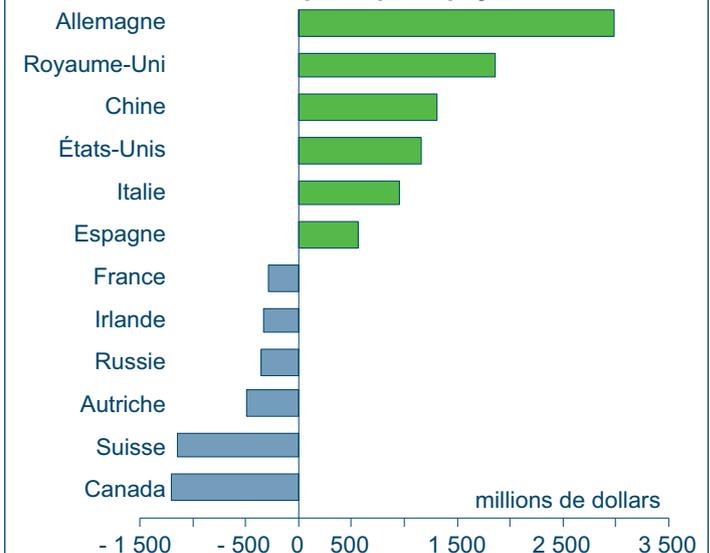
Les échanges très importants entre les États-Unis et le Canada profitent nettement aux États-Unis. La Chine, de son côté, tire profit de son commerce avec les États-Unis, la Grande-Bretagne et le Canada. Parmi les autres gagnants du commerce mondial, l'Allemagne, le Royaume-Uni, l'Italie et l'Espagne se distinguent.

La place occupée par les pays émergents, bien qu'en forte croissance, ne contribue pas au déséquilibre actuel des échanges extérieurs. Le rôle tenu par la Chine, par exemple, affecte peu le solde du commerce extérieur français en produits imprimés.

La France connaît un net déficit dans ses échanges d'imprimés avec l'Europe. En effet, si la balance commerciale française est déficitaire à l'échelle mondiale avec - 290 millions de dollars en 2005, c'est au niveau européen que le déficit est le plus marqué : il atteint - 995 millions de dollars avec l'Europe à quinze. L'enjeu actuel pour les acteurs français consiste à rééquilibrer les échanges avec les principaux partenaires européens, notamment l'Italie, l'Espagne, l'Allemagne et le Royaume-Uni. Pour compenser la forte pénétration d'imprimés en France, les industriels français doivent trouver des débouchés à l'extérieur. Actuellement, seule la Suisse répond à ce besoin.

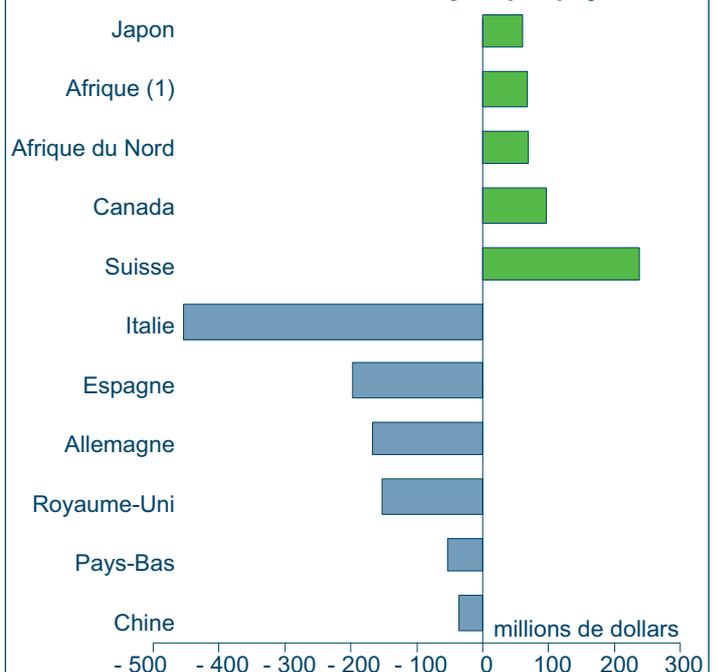
L'industrie graphique allemande rayonne sur le plan mondial. L'excédent de sa balance commerciale d'imprimés est le plus important. Certes, le poids des échanges avec la Suisse et l'Autriche conditionne en partie cette performance : ces deux pays couvrent le tiers du solde. Mais, au-delà de cette caractéristique, il

Solde commercial des principaux pays en 2005



Source : Cepii - Chelem

Solde du commerce extérieur français par pays



(1) - non compris Afrique du nord

Source : Cepii - Chelem 2005

n'y a pas de zone d'échanges qui se traduise par un net déficit (la Chine fait exception, mais le poids des échanges d'imprimés entre l'Allemagne et ce pays est insignifiant). En Europe, seule l'Italie équilibre ses échanges avec l'Allemagne.

Le Royaume-Uni diversifie ses zones d'échanges. Avec l'Europe, le solde du commerce extérieur est globalement positif à ce pays. Les seuls déséquilibres observés proviennent des échanges avec l'Allemagne (- 171 M \$) et, dans une moindre mesure, avec l'Italie (- 40 M \$). C'est avec la Chine que le solde est le plus dégradé

(- 184 M \$). À l'opposé, le commerce est nettement excédentaire avec l'Irlande et l'Australie. Il est équilibré avec les États-Unis.

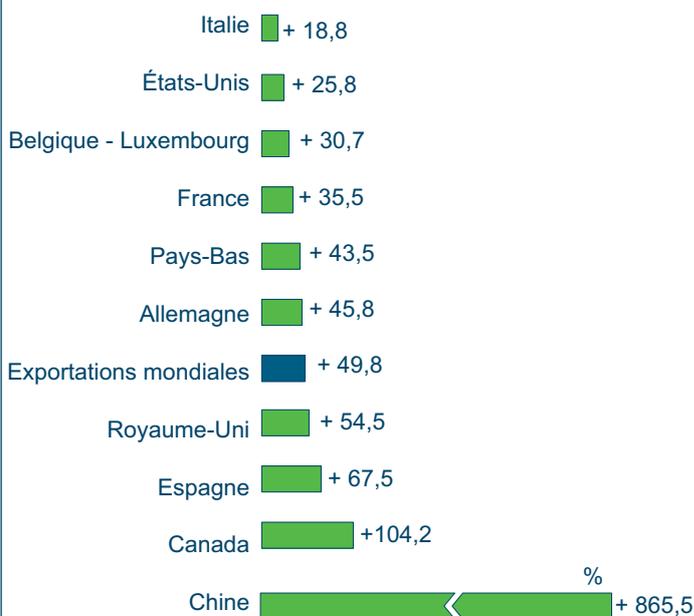
Le solde commercial de l'Italie est positif, 950 M \$ en 2005. C'est avec la France que l'Italie développe le plus activement son commerce d'imprimés : son excédent commercial a progressé sensiblement pour atteindre 454 M \$, contre 353 M \$ dix ans auparavant. Les échanges de l'Italie sont à peine déficitaires avec les Pays-Bas, la Chine, l'Espagne et l'Allemagne.

L'Espagne dynamise son commerce d'imprimés vers ses proches voisins. Le solde du commerce extérieur est positif. Trois pays contribuent largement à ce résultat : la France, le Portugal et le Mexique. Le solde cumulé de ces trois pays couvre 80 % de la balance commerciale espagnole en 2005. À l'opposé, les échanges de l'Espagne avec le Royaume-Uni, l'Allemagne et les Pays-Bas sont déficitaires.

Les exportations d'imprimés augmentent à l'échelle mondiale

Les exportations mondiales d'imprimés augmentent de 4,1 % par an en moyenne depuis cinq ans. Elles s'élèvent à 35 milliards de dollars en 2005. Dix pays réalisent les trois quarts des exportations mondiales. L'Europe et l'Amérique couvrent l'essentiel des flux d'imprimés. L'Europe, qui est le berceau de l'imprimerie, reste au cœur des processus échanges. 60 % des exportations mondiales d'imprimés proviennent du « vieux continent », dont 15 % pour l'Allemagne. L'Amérique en couvre le quart et l'Asie 13 %. La

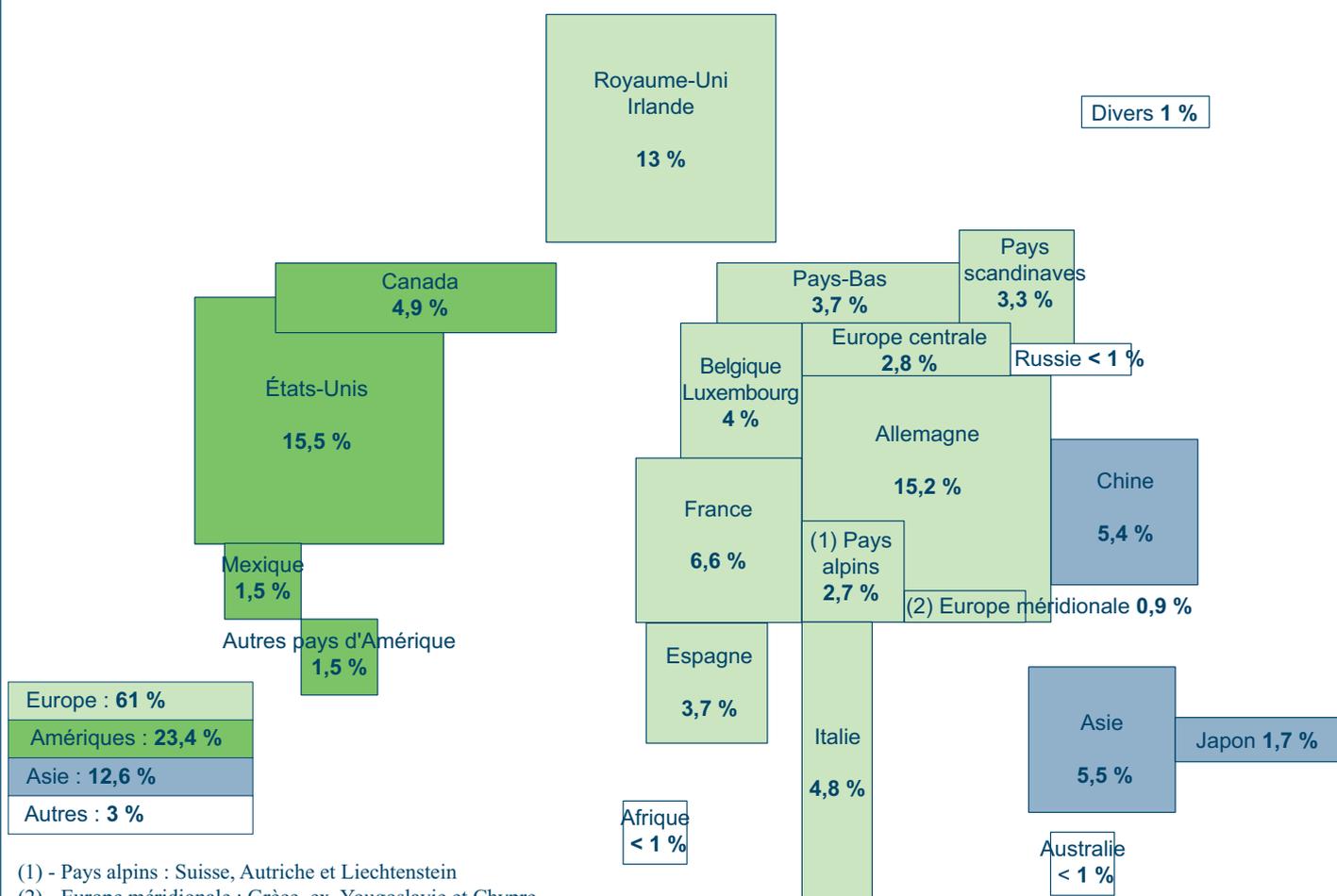
Croissance en valeur des exportations d'imprimés entre 1995 et 2005



Source : Cepii - Chelem

majeure partie des pays profite de la croissance des exportations, mais dans des proportions variables. La part détenue par les grands pays recule depuis 1995. Seuls le Royaume-Uni, l'Espagne et le Canada poursuivent leur progression.

Part des exportations mondiales de produits imprimés en 2005 par pays destinataire



(1) - Pays alpins : Suisse, Autriche et Liechtenstein

(2) - Europe méridionale : Grèce, ex. Yougoslavie et Chypre

Source : Cepii

La Chine est un pays dont les exportations d'imprimés prennent de l'ampleur. Le développement des échanges profite essentiellement à ce pays dont la part de marché atteint 5,4 % aujourd'hui, contre 1 % dix ans auparavant. La percée des exportations chinoises vise en grande partie le continent américain : 54 % des imprimés exportés par la Chine entrent dans ce continent, l'essentiel étant destiné aux États-Unis. La part de l'Union européenne dans les exportations chinoises est deux fois plus faible et se concentre largement sur le Royaume-Uni, qui a vu ses importations en provenance de Chine doubler depuis 2000. Celui-ci attire 11,4 % des exportations chinoises en 2005.

À côté de la Chine, quatre autres pays émergents se démarquent par le dynamisme de leurs exportations : le Mexique, la République tchèque, la Pologne et la Corée du Sud. Le poids de ces pays ne représente que 4,4 % des exportations mondiales en 2005, mais l'intérêt que ces pays portent à l'industrie graphique ne cesse de croître. La Roumanie, la Slovaquie et l'Inde voient également leurs exportations progresser sensiblement depuis dix ans.

Les pays économiquement développés : principaux importateurs

Les dix principaux pays importateurs absorbent 57 % des flux entrants en 2005. Les États-Unis se placent en tête de ces pays importateurs. Les trois quarts de leurs achats se font avec quatre pays : le Canada, la Chine, le Royaume-Uni et le Mexique. Le poids grandissant de la Chine aux États-Unis s'est fait au détriment des autres partenaires qui résistent en raison de leurs positions culturelles, historiques ou de proximité. En revanche, le

Exportations d'imprimés dans le monde : part des pays émergents

	Évolution annuelle moyenne de 1996 à 2006 %
Mexique	11,7
République tchèque	15,9
Corée du Sud	6,0
Pologne	22,8

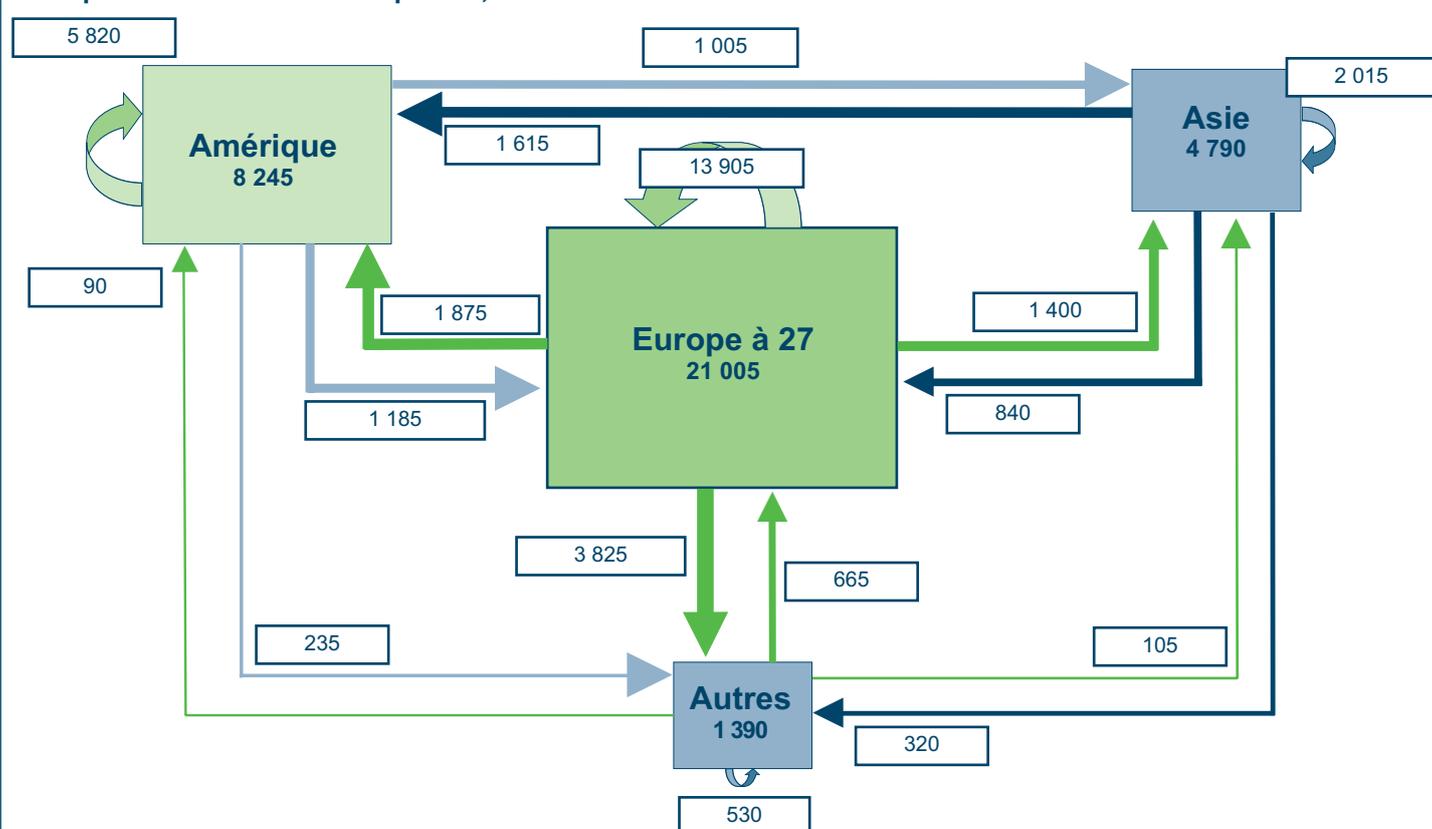
Source : Cepii - Chelem

Principaux pays importateurs d'imprimés en 2005

	millions de dollars
États-Unis	4 315
Canada	2 926
France	2 640
Royaume-Uni	2 483
Allemagne	2 395
Suisse	1 651
Pays-Bas	1 416
Belgique - Luxembourg	1 357
Australie et Nouvelle-Zélande	1 016
Autres	15 231
Monde	35 430

Source : Cepii - Chelem 2005

Principaux flux mondiaux d'imprimés, inter et intra-continentaux en millions de dollars



Note de lecture sur l'exemple de l'Europe :

sur un flux mondial de 35 430 millions de dollars, l'Europe des 27

exporte pour 21 005 millions de dollars ; 13 905 millions de dollars des flux européens proviennent d'échanges intracommunautaires, 1 875 millions de dollars vont vers l'Amérique, 1 400 vers l'Asie. Le solde se répartit au travers du monde.

Amérique : ensemble du continent. Asie y compris l'Océanie et l'Indonésie.

Source : Cepii - Chelem 2005

pois des importations japonaises, allemandes et italiennes recule sensiblement depuis dix ans. La France, qui est le 11^e partenaire des États-Unis, perd aussi des parts de marché. Son poids a diminué de moitié, passant de 3,3 % des importations américaines en 1995 à 1,6 % en 2005. Le Canada, second importateur mondial d'imprimés, commerce essentiellement avec son voisin direct. 80 % des flux entrants au Canada viennent des États-Unis. La France, qui ne pèse que pour 4 % des importations canadiennes, est cependant le 3^e partenaire de ce pays, juste derrière la Chine.

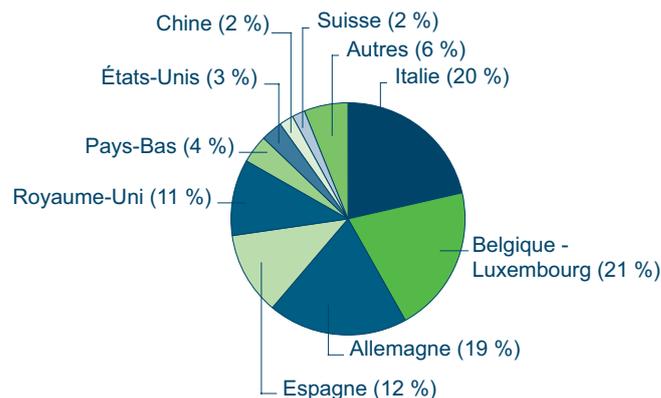
La **France** arrive au troisième rang mondial des importateurs d'imprimés. Elle importe pour 2 640 millions de dollars, 90 % étant de provenance européenne et frontalière. L'Italie, l'Allemagne, le Royaume-Uni et l'Espagne sont ses principaux fournisseurs. L'Espagne réalise une forte percée en France. En dix ans, le poids des imprimés en provenance de ce pays a doublé. Il représente 11,5 % des importations françaises en 2005. La pression exercée par les pays émergents sur le marché français est encore faible. Elle touche essentiellement certains beaux livres et les notices techniques notamment. Les importations chinoises représentent 1,6 % des flux entrants, celles de la Pologne 0,4 %.

Le **Royaume-Uni** diversifie ses sources d'approvisionnement, en dépit d'une présence chinoise de plus en plus forte. Les importations britanniques sont nettement moins concentrées que les importations françaises. Onze pays réalisent 84 % des importations d'imprimés au Royaume-Uni. Cette part est couverte par cinq pays en France. Le Royaume-Uni échange d'abord avec son partenaire historique : les États-Unis. Ces derniers couvrent un cinquième des flux entrants en 2005. L'Allemagne est le premier partenaire européen du Royaume-Uni (19,3 % des importations). Les imprimés italiens représentent 7,2 % des marchés britanniques, contre 11,2 % en 1995. Le marché britannique est aujourd'hui davantage pénétré par les produits néerlandais et chinois ; quasiment absente des échanges commerciaux en 1995, la Chine contribue pour 8,8 % des imprimés entrants au Royaume-Uni en 2005. La part détenue par les importations françaises en 2005 est stable. Elle représente 5,3 %.

L'Allemagne, comme le Royaume-Uni, diversifie ses sources d'approvisionnements externes. Dix pays concentrent 85 % des flux entrants en Allemagne. La situation de la France dans les relations d'échanges avec l'Allemagne se consolide. De la troisième place en 1995, elle passe au premier rang des fournisseurs en 2005 avec un poids qui atteint 14,2 % (la France reste néanmoins déficitaire dans ces échanges avec l'Allemagne). Le Royaume-Uni se maintient au second rang avec un taux proche de 13 %. L'événement marquant concerne la percée de la République tchèque sur le marché allemand. Elle est devenue le troisième fournisseur d'imprimés de l'Allemagne. Son poids atteint 12 % des importations d'imprimés en 2005. Cette croissance s'est faite au détriment de la Suisse, de l'Autriche, et, dans une moindre mesure, de l'Italie. La part de ces pays a reculé de 5 % à 3 % entre 1995 et 2005. ■

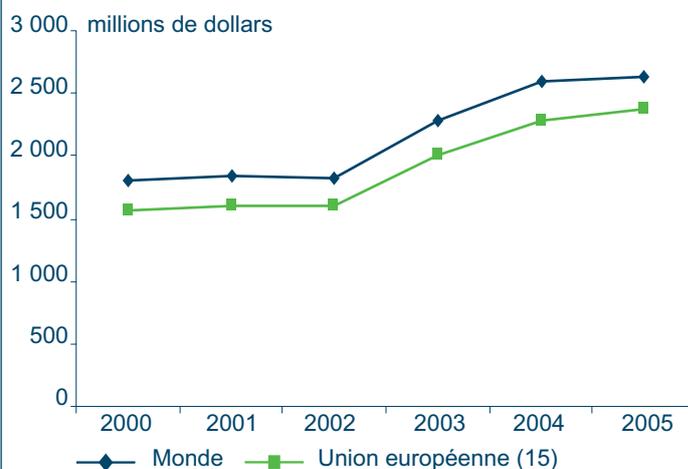
Importations d'imprimés en France par pays

% des exportations en valeur



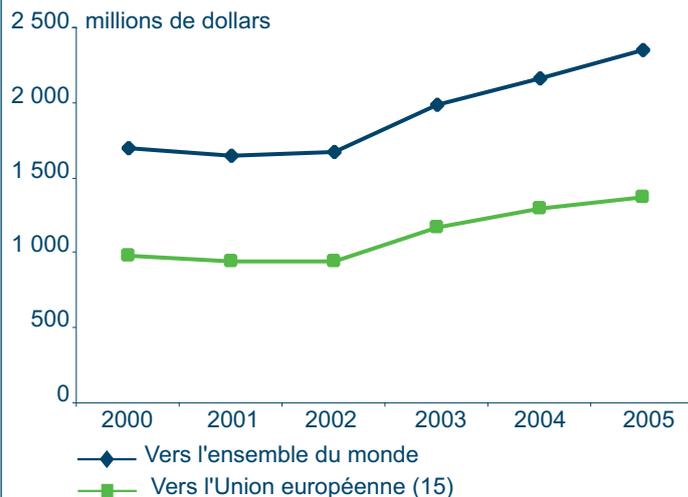
Source : Cepii - Chelem 2005

Évolution des importations françaises d'imprimés



Source : Cepii - Chelem

Évolution des exportations françaises d'imprimés



Source : Cepii - Chelem

Emploi et qualifications

L'emploi recule depuis le début des années 2000

Entre 2000 et 2005, le secteur des industries graphiques a perdu 17 % de ses emplois. La contraction est très sensible dans le prépresse (- 30 %). Elle affecte les secteurs de la finition et de l'imprimerie de labeur depuis 2002. Les fusions et la disparition de nombreuses petites unités expliquent le recul de l'emploi dans l'imprimerie de labeur. La dégradation de l'emploi dans le prépresse tient à la nature de l'activité. Ce secteur à dominante informatique s'appuie sur des petites entreprises spécialisées. L'évolution des procédés a conduit au transfert partiel de l'activité de prépresse vers l'imprimerie : de nombreux imprimeurs ont doté leurs ateliers d'équipements modernes du type *computer to plate*, (cf. chapitre « Investissement, innovation et performances », page 8). Par ailleurs, l'activité, et plus particulièrement l'infographie, attire une population relativement jeune. Les entreprises se créent et disparaissent aussi très vite.

Des emplois qualifiés en priorité

La structure des emplois de l'industrie graphique est proche de celle des industries de main-d'œuvre : 62 % des salariés sont des ouvriers, contre 53 % dans l'industrie manufacturière. Les industries graphiques exigent cependant une main-d'œuvre expérimentée. Un salarié sur deux de l'industrie graphique est un ouvrier qualifié, contre un sur trois dans l'industrie manufacturière.

Le secteur de la finition se modernise, mais reste fortement mécanisé. Le poids des ouvriers non qualifiés est important. La main-d'œuvre est ajustable en fonction de la demande ce qui explique la présence soutenue d'un personnel intérimaire : 11 % des effectifs employés par les entreprises de 20 salariés ou plus, contre 7 % dans l'industrie manufacturière. La finition est le secteur qui a le plus recours à la main-d'œuvre extérieure.

A contrario, le prépresse emploie peu d'ouvriers et ces derniers sont presque tous qualifiés. Pour vendre, les entreprises de ce secteur s'appuient sur de solides équipes d'administratifs et de commerciaux. Ces derniers représentent un tiers des effectifs.

La faiblesse du taux d'encadrement de production dans l'industrie graphique s'explique par la forte qualification des emplois ouvriers. C'est aussi un effet lié à la structure d'un secteur qui repose largement sur les petites entreprises.

L'évolution technologique et les restructurations du secteur influencent la nature des emplois occupés. Les emplois non qualifiés reculent au profit des autres. Un grand nombre de très petites structures a disparu au cours de cette période.

Un tiers des emplois de l'industrie graphique est féminin, contre 28 % dans l'industrie manufacturière. La finition est de loin le secteur des industries graphiques le plus féminisé, 43 % des emplois étant occupés par des femmes. Elles travaillent en tant que cadres ou employées dans les fonctions administratives et commerciales. Elles occupent aussi l'essentiel des postes ouvriers non qualifiés.

Emploi dans l'industrie graphique

	1995	2000	2005
Imprimerie	83 400	84 100	71 500
Prépresse	12 500	11 700	8 100
Finition	7 800	8 400	6 700
Ensemble de l'industrie graphique	100 700	104 200	86 300

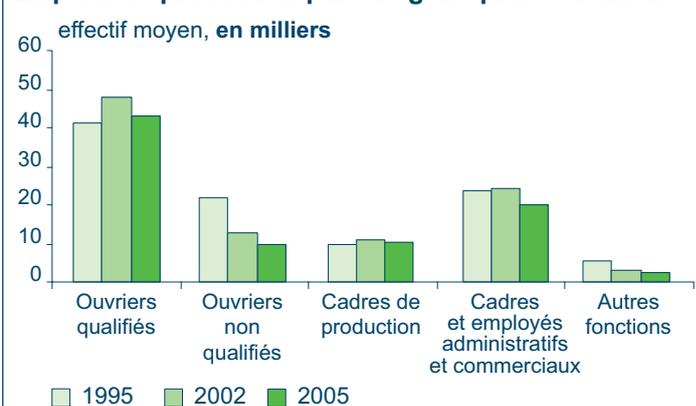
Source : Insee - DADS

Structure des emplois en 2005



Source : Insee - DADS

Emplois de production par catégorie professionnelle



Source : Insee - DADS

La proportion d'effectifs sortis de l'industrie graphique entre 1995 et 2005 est comparable à celle constatée dans l'industrie manufacturière. En revanche, le recrutement est nettement plus faible.

Un recul qui touche les jeunes

L'âge moyen des salariés de l'industrie graphique est passé de 38 ans en 1995 à 41 ans en 2005. Ce vieillissement de la population est imputable au développement technologique des années quatre-vingt-dix. En effet, pour s'adapter aux nouvelles technologies

dont s'est dotée l'industrie graphique au cours de ces années - informatique, conduite de presses numériques, etc. - (cf. chapitre « Investissement, innovation et performances », page 8), le secteur a recruté des jeunes rapidement opérationnels. Dix ans plus tard le contexte a changé : l'offre d'emploi est inférieure à la demande de sorte que les entreprises disposent d'un large choix leur permettant de coupler les exigences en termes de qualification et d'expérience. Ce vivier de salariés expérimentés, associé à un ralentissement de l'évolution technologique, pèse sur le recrutement de jeunes salariés.

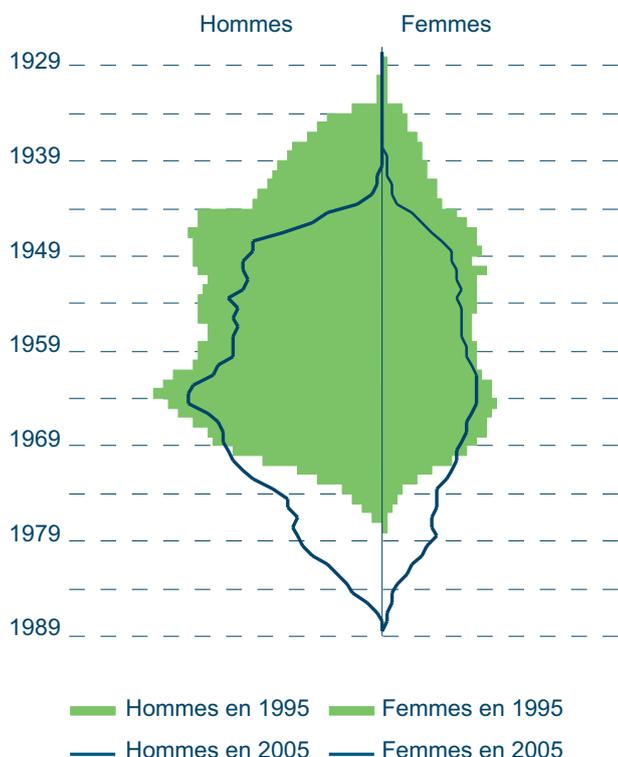
Des salaires plus faibles que dans l'industrie manufacturière

Le salaire moyen dans l'industrie graphique est inférieur à celui de l'industrie manufacturière. Les écarts de salaires sont aussi moins importants. Deux tiers des salariés de l'industrie graphique perçoivent un salaire horaire net compris entre 7 € et 13 €. Cette fourchette s'étend de 7 € à 15 € dans l'industrie manufacturière.

La rémunération varie en fonction des savoir-faire exigés par chacun des secteurs. La finition, à dominante ouvrière, offre les taux de rémunération les plus faibles (10 € en moyenne).

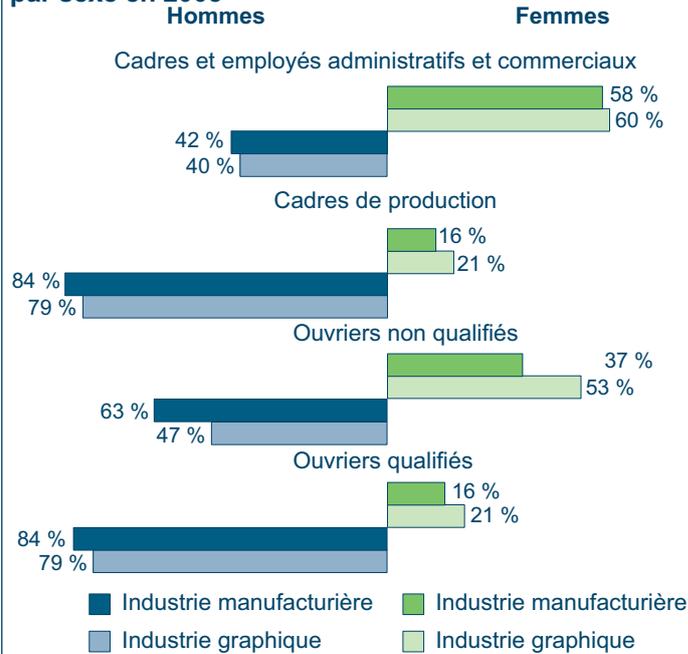
À l'opposé, le prépresse affiche un taux moyen de 12,4 €. C'est le secteur le plus rémunérateur des industries graphiques. Les écarts de salaires dans le prépresse ne sont pas plus importants que dans l'industrie manufacturière. En revanche, le taux horaire moyen reste inférieur en dépit de qualifications élevées, du fait de la forte concurrence qui caractérise le secteur.

Pyramide des âges



Sources : Insee - DADS

Répartition des catégories socioprofessionnelles par sexe en 2005



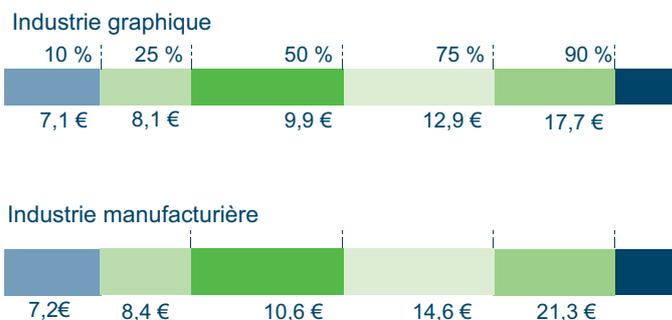
Source : Insee - DADS

Répartition des effectifs de l'industrie graphique

Tranches d'âges	1995	2005
16 à 30 ans	27 %	18 %
31 à 49 ans	57 %	58 %
≥ 50 ans	16 %	24 %

Source : Insee - DADS

Dispersion des taux horaires nets en 2005



Note de lecture :

10 % des salariés de l'industrie graphique perçoivent un salaire horaire net inférieur à 7,1 euros.

75 % des salariés de l'industrie graphique perçoivent un salaire horaire net inférieur à 12,9 euros

Source : Insee - DADS

Taux horaires moyens nets en 2005

Industrie graphique	11,7 euros
dont : imprimerie de labour	11,7
prépresse	12,4
finition	10,1
Industrie manufacturière	13,0

Source : Insee - DADS

Données régionales

Cinq régions françaises concentrent la moitié des établissements appartenant aux entreprises des industries graphiques de 20 salariés ou plus, selon l'enquête annuelle d'entreprise 2006. L'Île-de-France, le Nord - Pas-de-Calais, le Centre, les Pays de la Loire et la région Rhône-Alpes emploient 57 % de l'effectif salarié de ce secteur.

L'Île-de-France concentre une grande part des acteurs de l'industrie graphique

En 2006, l'Île-de-France regroupe 375 établissements appartenant à des entreprises de 20 salariés ou plus, soit 210 établissements de moins qu'en 1996. De même, elle ne concentre plus que 21,5 % des emplois en 2006, contre 27,5 % en 1996. L'Île-de-France dispose d'avantages comparatifs qui expliquent son poids dans l'industrie graphique française. En effet, le réseau d'infrastructures de cette région favorise la rapidité des échanges, la concentration des sièges sociaux facilite les négociations. Enfin, la proximité des grands donneurs d'ordres nationaux attire les industriels. La forte concentration des entreprises en Île-de-France souligne l'importance des restructurations.

Le Nord - Pas-de-Calais prend la mesure de l'importance des marchés à l'exportation

Le Nord - Pas-de-Calais arrive en deuxième position au plan national. Cette région bénéficie de deux avantages : sa densité en nombre d'habitants et son niveau d'industrialisation. Les grands donneurs d'ordres industriels sont présents sur trois segments : les imprimés publicitaires, l'emballage et l'impression des périodiques. En dix ans, de 1996 à 2006, la région a perdu un quart de ses établissements, faisant reculer l'emploi de 29 %. Située au carrefour de l'Europe du Nord, la région Nord - Pas-de-Calais est exposée à la concurrence des grands bassins graphiques voisins, notamment des imprimeurs belges qui pénètrent le marché français. Quelques imprimeurs français tentent la même démarche. Mais pour s'imposer sur les marchés à l'étranger, il faut atteindre une taille suffisante.

Le secteur des industries graphiques profite de la situation géographique de la région Centre

La région Centre est le troisième grand bassin de l'industrie graphique. Cette région bénéficie de la proximité avec la région parisienne et de son vivier de donneurs d'ordres. Quelques grandes entreprises concentrent l'essentiel des salariés. Le maillage des petites unités qui gravitent autour des grandes entreprises est important. De ce fait, tous les marchés sont couverts dans la région. En dix ans, de 1996 à 2006, la région Centre a perdu cependant 900 emplois dans les entreprises de 20 salariés ou plus.

Les Pays de la Loire : une source d'emploi dans les industries graphiques

Les Pays de la Loire, et dans une moindre mesure l'Aquitaine, se démarquent des autres régions. L'emploi créé par les établissements des entreprises de 20 salariés ou plus augmente dans ces régions. En 2006, les Pays de la Loire regroupent 106 établissements,

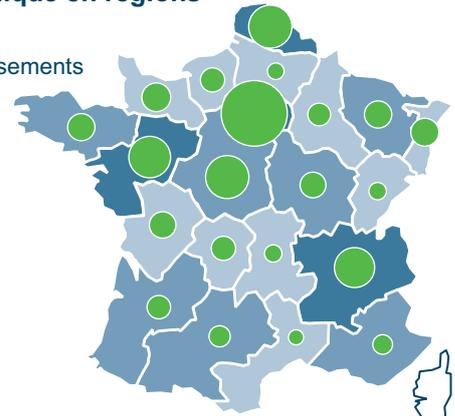
Industrie graphique en régions

Nombre d'établissements

- < à 50
- ≥ 50 < 100
- ≥ 100

Effectif salarié

- 10 000
- 5 000
- 2 000
- 500



Champ : données du secteur des entreprises de 20 personnes ou plus en 2006

Source : Sessi - enquête annuelle d'entreprise

soit 19 établissements de plus qu'en 1996 et 375 salariés supplémentaires. L'amélioration des infrastructures routières et ferroviaires explique notamment cette situation. Paris est rapidement accessible. Par ailleurs, la proximité de grandes villes telles que Rennes, Vannes... offre des débouchés.

La région Rhône-Alpes bénéficie d'un réseau de transport remarquable

En termes d'emplois, dans les industries graphiques, la région Rhône-Alpes se situe au 5e rang. En revanche, le nombre de PME de 20 salariés ou plus la place au second rang national. La région Rhône-Alpes s'est profondément restructurée depuis dix ans, mais de nombreuses entreprises n'ont pas pu suivre l'évolution du secteur en raison des coûts d'investissement. Des disparitions pures ont donc accompagné le mouvement de concentration. En dix ans, de 1996 à 2006, la région a perdu 30 % de ses entreprises de 20 salariés ou plus, mais seulement 9 % de ses établissements. Parallèlement, l'emploi de ces derniers a reculé de 18 %.

Les pôles de productivité graphique

Pour faire face aux défis du secteur, la Fédération de l'imprimerie et de la communication graphique (FICG) encourage les alliances stratégiques interentreprises, appelées « Pôles de productivité graphiques ». Ces alliances se déclinent selon trois axes :

- pérenniser le tissu des industries graphiques en développant les coopérations. Il s'agit de rapprocher les entreprises autour de projets communs ;
- permettre aux entreprises de s'approprier une démarche de réseau, avec des outils pratiques mis à disposition pour mutualiser les offres ;
- consolider la chaîne graphique dans les territoires en aidant les entreprises à valoriser leur savoir-faire.

Ces pôles peuvent être définis comme des plates-formes destinées à structurer l'offre attendue par les donneurs d'ordres. Les performances de chaque entreprise doivent en être améliorées.

Environnement

Le respect de l'environnement : un critère dans l'attribution des marchés

Placées en situation fortement concurrentielle, les entreprises du secteur des industries graphiques doivent désormais prendre en compte de nouvelles considérations environnementales. En effet, au-delà des exigences du marché, la réglementation environnementale devient très contraignante (règlementation Reach sur l'utilisation de substances chimiques, réduction de l'émission de composés organo-volatiles...). Nombre de donneurs d'ordres imposent désormais le respect de l'environnement dans leur cahier des charges.

Le règlement Reach

Adopté en décembre 2006 par le Parlement et le Conseil européen, le règlement Reach (Registration, Evaluation and Authorisation of Chemicals) est entré en vigueur le 1er juin 2007 (règlement CE n° 1907/2006 relatif à l'enregistrement, l'évaluation et l'autorisation des substances chimiques). Il vise à améliorer la connaissance des propriétés des substances chimiques produites ou importées dans l'Union européenne, à assurer la maîtrise des risques liés à leurs usages et, si besoin est, à restreindre ou interdire leur emploi. Il transfère, des pouvoirs publics vers les entreprises, la responsabilité de l'évaluation des risques et met en place une politique de substitution de certains produits dangereux. Il repose essentiellement sur deux nouvelles procédures : l'enregistrement et « l'autorisation ». Une Agence européenne des produits chimiques (AEPC) aura la charge des aspects techniques et administratifs liés au dispositif.

Un secteur qui utilise des produits à risque

La réalisation d'imprimés fait appel à des produits présentant d'importants risques de pollution pour les sols, l'eau et l'air. Parmi les agents toxiques les plus courants, dans le secteur des industries

Nature des produits utilisés dans l'imprimerie

Déchets ordinaires	déchets d'emballage, cartons, films, palettes, plaques d'aluminium en résidus d'impression, emballages souillés (pots, couvercles ...)
Déchets liquides dangereux	bains et révélateurs usés, bains argentiques usés, solutions acides, ammoniac, solutions basiques dangereuses, révélateurs, encres et solvants, huiles ...
Déchets solides dangereux	chiffons souillés, emballages de produits dangereux, bombes d'aérosols ...

Investissements par domaine pour protéger l'environnement

	millions d'euros						
	Eaux usées	Déchets	Air et climat	Bruit	Sol et eaux souterraines	Autres	Total
Édition, imprimerie	0,3	0,8	5,4	0,4	0,2	0,1	7,2
Industrie des biens de consommation	20,7	7,1	42,2	2,0	10,0	4,8	86,8
Industrie manufacturière	197,5	93,0	388,7	17,5	125,9	208,3	1 030,9

Source : Sessi, enquête sur les études et les investissements pour protéger l'environnement 2005

graphiques, l'Institut national de recherche et de sécurité relève le toluène, utilisé comme solvant pour les encres d'imprimerie. La gestion des déchets toxiques en quantité dispersée (DTQD) et l'organisation des stockages de matières dangereuses sont de fortes préoccupations. Les traitements chimiques (neutralisation, évapo-incinération, régénération...) passent ensuite par des centres spécialisés.

« Imprim Vert » une démarche pour le respect de l'environnement

La Fédération de l'imprimerie et de la communication graphique (FICG) s'est associée avec les chambres de commerce et d'industrie et les chambres de métiers pour initier un projet commun nommé « Imprim'Vert ».

La démarche « Imprim'Vert » vise à améliorer l'élimination et le stockage des déchets dangereux ainsi que l'abandon des produits étiquetés toxiques au profit de produits moins dangereux.

La démarche est pragmatique et volontaire mais elle implique un véritable engagement de la part des industriels. La signature de la charte « Imprim'vert » permet d'utiliser le logo « Imprim'vert » dans les supports de communication. La démarche environnementale dépasse le cadre de l'industrie graphique. Elle implique l'ensemble de la filière. Les fabricants d'encre développent une démarche analogue « Coatings Care » et les papetiers appliquent la directive européenne IPPC « Integrated Pollution Prevention and Control »

Les investissements pour protéger l'environnement

Dans l'industrie graphique, les investissements environnementaux se sont élevés à 7,2 millions d'euros en 2005. Ils représentent 1 % des investissements totaux corporels, contre 3 % dans l'industrie des biens de consommation et 5 % dans l'ensemble de l'industrie manufacturière. À ces investissements, il faut ajouter près d'un million d'euros consacré aux études préalables à l'investissement.

Parmi les trois activités composant les arts graphiques, les dépenses sont concentrées dans l'imprimerie de labeur avec 96 % des investissements.

En raison des produits utilisés (solvants, encres...), les investissements se tournent essentiellement (75 %) vers le domaine de l'air qui représente les trois quarts des sommes investies, contre 40 % dans l'industrie manufacturière.

Principaux concepts

Un **secteur** se définit comme un regroupement d'entreprises ayant la même activité principale. Cette activité est déterminée par l'unité de production industrielle dominante.

Une **branche** se définit par la production d'un même produit. La branche est le regroupement de l'ensemble des unités homogènes de production correspondant à un même produit.

Les branches sont représentées par les syndicats professionnels, souvent regroupés en fédérations.

Variables

Chiffre d'affaires hors taxes (CAHT)

Montant global, au cours de l'exercice, des ventes de marchandises et des productions vendues de biens et de services mesurées par leur prix de vente.

Investissements (hors crédit-bail)

Les investissements corporels hors apports sont la somme des dépenses consacrées par les entreprises à l'acquisition ou à la création de moyens de production. C'est le flux qui alimente le stock des immobilisations. Ce poste comprend les immobilisations en cours mais exclut les immobilisations incorporelles et financières et les équipements financés par crédit-bail.

Agrégats et ratios

Valeur ajoutée hors taxes (VAHT)

Solde des opérations de production de l'entreprise.

Le mode de calcul est le suivant :

$VAHT = CAHT + \text{production stockée} + \text{production immobilisée} - \text{consommation intermédiaire au sens large}$.

C'est une grandeur additive sans doubles comptes.

Excédent brut d'exploitation (EBE)

L'excédent brut d'exploitation est ce qui reste de la valeur ajoutée hors taxes (VAHT), une fois déduits les taxes et impôts à la production, les frais de personnel (salaires et charges) et ajoutées les subventions d'exploitation.

Capacité d'autofinancement (CAF)

Ressources brutes restant à l'entreprise à l'issue de l'exercice.

Productivité apparente du travail (VAHT / Effectif)

Rapport de la VAHT à l'effectif moyen employé. Indicateur de rendement apparent de la main-d'oeuvre.

Taux d'exportation (Exp. / CAHT)

Le taux d'exportation (rapport entre les exportations des seules entreprises industrielles et le chiffre d'affaires hors taxes) permet d'apprécier la part des exportations dans les ventes totales.

Taux de marge brute (EBE / VAHT)

Le taux de marge brute mesure la part de la valeur ajoutée qui revient aux entreprises après le paiement des frais de personnel.

Taux d'investissement (Inv. / VAHT)

C'est le rapport entre investissements corporels hors apports et valeur ajoutée hors taxes.

Ce taux dépend de facteurs structurels (intensité capitalistique du secteur, durée de vie des équipements, etc.). Mais il est également fonction des mutations technologiques, de l'innovation, de la situation économique des entreprises et de leurs possibilités de financement.

Taux d'autofinancement (CAF / Investissements)

Indicateur de la part des investissements corporels pouvant être assurée par un financement interne.

(EBE / Immobilisations en fin d'exercice)

C'est un indicateur de rentabilité économique.

(CAF / VAHT)

C'est la part de la valeur ajoutée disponible pour un financement interne des investissements (corporels et immatériels).

Taux de profitabilité (RNC / VAHT)

Ce ratio est un indicateur de profitabilité nette de l'exercice.

Taux d'endettement (Charges financières / VAHT)

Ce ratio est un indication du poids des charges liées à l'endettement.

Frais de personnel par personne (Frais de personnel / effectif salarié moyen)

Ce ratio mesure le coût moyen unitaire du personnel. Il dépend essentiellement de la qualification du personnel.

Taux de solvabilité corrigé (EBE / charges financières corrigées des redevances du crédit-bail)

Unités employées

M€ : millions d'euros M : millions US \$: dollars américains k€ : milliers d'euros

L'industrie graphique est atomisée ; un grand nombre de très petites entreprises gravitent autour de groupes nationaux et internationaux. Évoluant dans un environnement très concurrentiel, les entreprises investissent davantage que la moyenne de l'industrie manufacturière dans des équipements modernes combinant l'informatique, l'optique, la robotique. Le secteur peine toutefois à conserver ses parts de marché, tant en France qu'à l'étranger, y compris en Europe qui forme la plus grande zone d'échanges d'imprimés.

Les performances semblent étroitement liées au statut des entreprises, les groupes français affichant globalement de meilleurs résultats que les entreprises indépendantes ou les groupes étrangers.

Afin d'inciter les entreprises à se rapprocher pour se maintenir ou se développer, l'État et les organismes professionnels ont mis en place des pôles de productivité. Parmi les exemples de démarches entreprises, certaines se focalisent sur les marchés à l'exportation, d'autres s'orientent vers la recherche collective.



sessi

ISSN 1625 - 1555