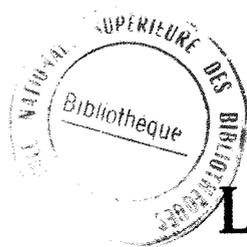


**Ecole Nationale
Supérieure de
Bibliothécaires
Diplôme Supérieur
de Bibliothécaire**

**Université
Claude Bernard
Lyon I
DESS Informatique
Documentaire**

Note de synthèse



L'imprimerie de labeur

en France :

étude d'un secteur économique

Françoise LE COZ

Sous la direction d' Albert MULIN,

Société MOORE France.

1991

L'IMPRIMERIE DE LABEUR EN FRANCE:ETUDE D'UN SECTEUR ECONOMIQUE

Le Coz Française

RESUME:

L'imprimerie de labeur française regroupe de façon hétérogène la composition et l'impression de tous les imprimés autres que la presse quotidienne. Grâce à une forte croissance depuis 5 ans, ce secteur, très morcelé mais en pleine restructuration, a beaucoup investi pour faire face au défi de la concurrence européenne.

MOTS-CLES:

IMPRIMERIE (1-31), MARCHE PAR PRODUIT (0-12), PRINCIPALES ENTREPRISES DU MARCHE (0-125); FRANCE (48).

ABSTRACT:

French printed products industry includes typesetting and printing of any printed matter except daily newspapers. This industry is mainly a small company business but take-over increase. In the past five years it has been growing steadily and has made huge investments in order to take up the challenge of European competition

KEYWORDS:

PRINTING INDUSTRY (1-31), MARKET BY PRODUCT (0-12), MARKET LEADERS (0-125); FRANCE (48).

Indexation selon le thesaurus "Vocabulaire économique-Système D.E.S" utilisé pour les banques de données économiques FRANCIS-ECODOC, FRANCIS-DOGE et DELPHES.

SOMMAIRE

PRESENTATION DU SUJET p.3

I. RECHERCHE BIBLIOGRAPHIQUE p.6

1. Recherche d'une monographie p.7

2. Recherche de données statistiques p.10

3. Consultation de répertoires d'entreprises p.10

4. Recherche d'articles de périodiques p.11

II. NOTE DE SYNTHÈSE p.21

Introduction p.22

1. Une forte croissance d'activité depuis 1986 p.23

2. Un secteur qui crée à nouveau des emplois p.24

3. Une industrie couvrant des segments de marchés très différents p.25

4. Un secteur atomisé actuellement en pleine restructuration p.28

5. Accélération de l'innovation technologique et effort soutenu d'investissement p.30

6. Éléments d'analyse financière du secteur p.31

7. Un secteur peu performant à l'exportation face à une forte concurrence européenne p.32

Conclusion p.35

III. BIBLIOGRAPHIE p.37

IV. ANNEXES p.41

PRESENTATION DU SUJET

Cette note de synthèse a pour but d'effectuer une recherche bibliographique sur les caractéristiques majeures et les tendances actuelles du secteur de l'imprimerie de labeur en France et d'en proposer une synthèse.

Il s'agit donc d'une recherche documentaire relative à la connaissance macro-économique d'un secteur d'activité et non d'une étude sur l'histoire de l'imprimerie ou sur les procédés techniques d'impression.

Il est également nécessaire de préciser la notion d'imprimerie de labeur en rappelant la définition de certains termes:

L'imprimerie consiste à reproduire des signes visibles sur un support (papier, carton, métal, plastique, tissu) pour en multiplier le nombre d'exemplaires, quelles que soient les techniques utilisées (héliogravure, offset, sérigraphie, jet d'encre), cf. annexe 1.

Les industries graphiques désignent l'ensemble des activités spécifiques qui concourent à la fabrication finale des imprimés:

- composition: traitement et mise en forme des textes
- photogravure: traitement des illustrations
- imprimerie
- reliure et brochure

Au sein de l'imprimerie il est important de distinguer:

- l'imprimerie des travaux de ville
- l'imprimerie de presse
- l'imprimerie de labeur

L'imprimerie des travaux de ville ou bilboquets concerne les travaux destinés aux particuliers (cartes de visites, faire-part)

L'imprimerie de presse a pour vocation d'éditer et de fabriquer des journaux quotidiens. Son organisation du travail, ses conventions ouvrières sont spécifiques. Les entreprises de quotidiens intègrent donc les 2 fonctions d'édition et d'impression.

Hormis le cas des quotidiens, un éditeur ou toute entreprise ayant besoin d'imprimés confie le plus souvent ses travaux d'impression à l'extérieur.

L'imprimerie de labeur recouvre donc le très large secteur qui, sauf les quotidiens, traite la totalité de ce qui s'imprime sous des formes et des procédés divers. Par exemple: les affiches, les cartes de crédit, les catalogues de vente par correspondance, les magazines, les livres, les feuilles de sécurité sociale, les étiquettes, les conditionnements, etc.

Les méthodes de travail de la presse et du labeur sont très différentes.

Le labeur demande un outillage souvent moins puissant mais plus varié que celui de la presse. Il fait appel à des spécialités et à des qualifications diversifiées et organise sa production en fonction d'un rendement et d'un prix de revient très étudiés.

La situation de l'impression de quotidiens est différente: ses prix de vente sont fixés à l'avance et son activité se caractérise par une alternance très marquée de coups de feu et de temps morts répercutés d'un bout à l'autre d'une chaîne "rédaction-impression" dont chaque élément est indissociable et ne peut être détourné que très momentanément pour répondre à une demande annexe.

En vue d'une délimitation précise du secteur de l'imprimerie de labeur, il était nécessaire, avant de mener plus avant une recherche documentaire d'ordre économique, de se reporter à la Nomenclature d'activité et de produits (1973) établie par l'INSEE:

L'imprimerie de labeur correspond au code 51.10 qui comprend

- Impression par typographie, offset, héliogravure, sérigraphie etc;
- Composition et photocomposition à façon pour l'imprimerie de labeur

Il ne comprend pas:

- Gravure (secteur 51 11:industries connexes à l'imprimerie)
- Pliage, brochure, reliure, dorure (secteur 51 11)
- Impression de presse quotidienne (secteur 51 20)
- Travaux à façon de reprographie, dactylographie (77 12)

Cependant les statistiques regroupent souvent l'ensemble de ces activités (très liées sauf dans le cas de la presse quotidienne) sans qu'il soit toujours possible de les distinguer.

En terme de produits, l'imprimerie de labeur recouvre:

- les imprimés techniques , administratifs et commerciaux
- les imprimés en continu
- les imprimés publicitaires
- les imprimés de conditionnement
- les catalogues de vente par correspondance
- les publications périodiques (hors presse quotidienne)
- les livres
- les annuaires
- divers (les calendriers , reproductions , partitions , cartes géographiques, etc.)

La recherche documentaire et la synthèse portent sur la structure actuelle et l'évolution récente du secteur d'activité sur environ les 5 dernières années (informations postérieures à 1986-1987)

Les informations recherchées étaient aussi bien d'ordre structurel que conjoncturel.

RECHERCHE BIBLIOGRAPHIQUE

INTRODUCTION

Avant de s'orienter vers des sources d'information plus spécialisées en économie, il a paru utile de consulter des instruments de bibliographie générale tels que BN-Opale ou Electre afin d'y rechercher tout document de type "monographie" relatif au sujet étudié.

Par la suite, compte tenu de la nature économique du sujet, la recherche s'est portée dans 3 directions:

- données statistiques
- répertoires d'entreprises
- articles de périodiques sur l'évolution récente du secteur

1. RECHERCHE DE MONOGRAPHIES

BN-OPALE:

L'interrogation a été effectuée sur le CD-ROM qui contient les notices des monographies entrées à la Bibliothèque Nationale depuis 1975 jusqu'à septembre 1990.

Stratégie de recherche:

1 sujet	imprimerie de labeur	0
2 mot du sujet	imprimerie de labeur	0
3 sujet	imprimerie	2
4 mot du sujet	imprimerie	134
5 mot du titre	imprimerie	111
6 combinaison	4 et 5	49

Pamquai ?

Le nombre de réponses aux questions 4 et 5 est élevé mais il s'agit le plus souvent de documents

- sur l'histoire du livre et de l'imprimerie
- sur les différents procédés techniques d'impression
- sur les normes propres aux produits imprimés
- sur les métiers, les qualifications et la formation du personnel de l'imprimerie
- sur les conventions collectives applicables aux salariés de ce secteur

*En quoi le
ET
Usant le pb*

Cependant cette interrogation a permis de trouver 4 références revues par la suite à plusieurs reprises en consultant d'autres sources, notamment des bases de données économiques.

Il s'agit d'études sectorielles présentant, à des dates différentes au cours des 15 dernières années, les grandes caractéristiques structurelles de l'imprimerie de labour ou de l'imprimerie au sens large:

- un rapport remis auprès du Ministère de l'Industrie sur "la situation et les perspectives de l'imprimerie française" mais datant de 1975
- une "Analyse de secteur" de la DAFSA (Documentation et Analyse Financière Société Anonyme) intitulée "l'Imprimerie de labour" et datant de 1982
- une "Analyse de secteur" de EUROSTAF DAFSA intitulée "les Industries de l'Imprimerie: concurrence européenne" et datant de 1988
- une étude de la collection "Stratégies et Concurrence" faite par PRECEPTA, Conseil et analyses stratégiques, intitulée "l'Imprimerie de labour" et datant de 1990

La recherche d'informations portant sur les 4 ou 5 dernières années, les études d'Eurostaf Dafsa et de Précepta constituent donc des références pertinentes.

Pour complément d'informations, d'autres recherches ont été effectuées avec des termes voisins (industries graphiques; imprimés; arts graphiques) sans résultat ou avec des réponses non pertinentes.

Par ailleurs la consultation de l'index sujet a fourni plusieurs vedettes-matières décrivant le sujet traité et confirmant les résultats obtenus par la démarche par mot du titre ou du sujet

- 1) imprimerie de labeur ** France
sous laquelle est répertoriée l'étude de Précepta.
- 2) imprimerie de labeur ** Industrie et commerce ** France
- 3) Industries graphiques ** Aspect économique
sous ces 2 vedettes est répertoriée l'étude d'Eurostaf Dafsa.

LES LIVRES DISPONIBLES 1991

La rubrique "INDUSTRIES GRAPHIQUES.IMPRIMERIE" classée sous l'indice CDU 658 comprend 142 références:

- 67 relatives à l'histoire de l'imprimerie
- 45 relatives aux procédés et techniques d'impression
- 30 références concernant divers aspects de l'imprimerie
(annuaires d'imprimeurs, dictionnaire de termes de
l'imprimerie, conventions collectives pour le personnel de
l'imprimerie etc.)

ELECTRE

Depuis 1986 la base Electre rassemble les titres figurant dans la dernière édition des "Livres Disponibles" à laquelle elle apporte une mise à jour hebdomadaire(cf.la partie "les livres de la semaine" dans Livres-Hebdo).

Cette base a été consultée sur Minitel (36 17 code Electre) afin de tenir compte des documents les plus récents qui auraient été éventuellement publiés sur le sujet étudié, depuis la parution des "Livres Disponibles".

Interrogation par sujet

Pas de réponse avec l'expression Imprimerie de labeur.
En croisant le terme Imprimerie avec une date de parution égale ou postérieure à 1990 ,on obtient 5 références non pertinentes car concernant des documents techniques, historiques ou de droit social.

Interrogation par mot du titre ou titre exact

Mêmes résultats que pour la recherche par sujet:
6 références non pertinentes.

2. RECHERCHE DE DONNEES STATISTIQUES

Les données statistiques ont été recherchées dans :

- l'annuaire statistique de la France (INSEE)
- l'enquête statistique annuelle menée par la FFIIG

La consultation du catalogue des publications de l'INSEE sur Minitel (36 15 INSEE) a montré qu'aucune enquête ou étude spécifique n'avait été réalisée sur l'imprimerie.

Des données chiffrées relatives à la situation financière des entreprises du secteur ont été fournies dans le fascicule annuel de la Centrale de Bilans de la Banque de France consacré au secteur 51 10.

3. CONSULTATION DE REPERTOIRES D'ENTREPRISES

3.1. Répertoires manuels

La recherche s'est effectuée à l'aide des répertoires habituels tels que par exemple :

- le "Kompass France"
- "France 30 000", de Dun & Bradstreet

En ce qui concerne la recherche des codes de produits dans le Kompass (à partir de l'index alphabétique des produits et services), l'ensemble des activités regroupées dans l'imprimerie de labeur peut être cerné de la façon suivante :

27420	imprimés pour ordinateur
28200	imprimerie de labeur, héliogravure imprimerie de labeur, offset imprimerie, procédés divers
28300	impression de textes pour édition du livre ou d'annuaires impression publicitaires et documentaires
28320	impression en continu pour conditionnement impression de codes à barres
28580	imprimés en continu, feuille à feuille, personnalisation

3.2.CD-ROM DIANE

Définition:

Ce CD-ROM contient la base de données de SCRL qui reprend les informations générales et les comptes sociaux des 110 000 principales entreprises françaises déposés auprès des greffes des tribunaux de commerce.

L'ensemble de ces informations est disponible par l'intermédiaire d'un logiciel d'interrogation comprenant au total 93 clés d'accès (dont le nom de la société, son numéro SIREN, son code APE ,etc.) Les comptes sociaux sont également exploitables par un logiciel d'analyse financière et économique

Ces 2 logiciels ont été conçus et développés par Bureau Van Dijk.

Interrogation:

Afin de trouver les principales entreprises du secteur, la recherche s'est effectuée par la sélection de 2 critères:

- code APE 51 10
- chiffre d'affaires HT 89, avec différents paliers
 - CA > 50 MF
 - CA > 100 MF
 - CA > 500 MF

Une interrogation complémentaire a porté sur les entreprises du secteur dont le chiffre d'affaires à l'exportation est supérieur à 10 MF

4.RECHERCHE D'ARTICLES DE PERIODIQUES

4.1 RECHERCHE MANUELLE:

4.1.1 Recherche de périodiques relatifs au secteur de l'imprimerie

Périodiques français:

Annuaire de la presse et de la publicité 1990:

Son classement par grands types d'activités permet de trouver à la rubrique "Imprimerie. Industries graphiques" 20 périodiques spécialisés.

La consultation des revues disponibles à l'ENSB et l'interrogation de différentes bases de données a montré par la suite que 3 titres étaient particulièrement utiles pour connaître le secteur sous un angle économique (et pas seulement technologique)

- Caractère
- La France Graphique
- Revue IG

Périodiques étrangers:

Ulrich's International Periodicals Directory 1988-1989:

Sous la rubrique "Printing" sont repertoriés près de 300 titres, dont la grande majorité sont anglo-saxons, notamment américains.

Comme dans le cas de l'APP, ce répertoire de nature signalétique et non analytique ou critique ne permet pas de juger de l'intérêt des différents titres cités. Celui-ci est apparu au fur et à mesure de l'avancement de la recherche.

Les périodiques étrangers consultés au cours de la recherche (assez peu souvent compte tenu du cadre français du sujet) sont:

- Printing World (Grande Bretagne)
- Graphic Arts Monthly (Etats-Unis)

En revanche la presse économique anglo-saxonne a été plus utile que les périodiques spécialisés dans l'imprimerie.

4.1.2 Recherche d'articles de périodiques de la presse générale et économique sur le thème de l'imprimerie

Consultation d'index de périodiques:

-Index analytique du Monde:

Les volumes annuels des années 1988-1989-1990 ont été consultés. Quelques articles brefs concernant surtout des opérations de rachats d'entreprises (croissance externe) ou des investissements importants y sont signalés.

Mais l'essentiel des articles cités relatifs à l'imprimerie porte sur l'actualité sociale (conflits sociaux; activité syndicale).

-Index du Nouvel Economiste:

La consultation des index annuels pour les années 1988-1989-1990 (articles classés par thèmes) n' a fourni aucune référence relative au secteur de l'imprimerie de labeur.

Les thèmes connexes les plus souvent traités portent sur les grands groupes de communication écrite (édition, presse) et audio-visuelle.

-Index de Problèmes économiques:

Aucune référence d'article n'a été trouvée dans les index des années 1988-1989-1990.

Rubriques consultées:

France-Entreprises

France-Industrie

Economie internationale-Industrie

4.1.3 Dépouillement de périodiques de langue française:-Points de repères (ex-Periodex):

Les volumes annuels pour 1988-1989-1990 ont été consultés.

Les articles cités à la rubrique Imprimerie sont dans leur quasi-totalité parus dans le périodique canadien "Le Maître Imprimeur" et relatifs aux industries graphiques canadiennes, ce qui est lié à la provenance de ce dépouillement.

-French periodical index:Repertoriex

Les volumes annuels pour 1988-1989-1990 ont été consultés.

Aucune référence concernant l'imprimerie n'a été trouvée.

4.2 RECHERCHE AUTOMATISEE

DELPHES

Définition:

Née en 1988 de la réunion des bases de données Isis (CCI de Paris) et Grappe (CCI de province), DELPHES est à ce jour la plus importante banque francophone de données bibliographique d'information économique : environ 400 000 références en 1990. Elle est disponible sur le serveur Européennes de Données et sur le serveur Dialog

Interrogation:

Consultation du thésaurus "Vocabulaire économique-Système D.E.S" (Documentation Economique Synchronisée):

->Tome 1 (thésaurus Matières)

->Liste alphabétique des descripteurs avec mention de l'indice du plan de classification

Descripteur trouvé: Imprimerie = 1-31.

Stratégie de recherche:

Sur Dialog:

Set	Items	Description
?ss cp=1-31?		
S1	966	CP=1-31?
?ss cn=france and s1		
S2	194392	CN=FRANCE (48)
	968	S1
S3	439	CN=FRANCE AND S1
?ss s3 and (imprimerie(2w)labeur)		
	439	S3
S4	1101	IMPRIMERIE
S5	52	LABEUR
S6	29	IMPRIMERIE(2W)LABEUR
S7	15	S3 AND (IMPRIMERIE(2W)LABEUR)

*Peuques
fao s3 and s6?*

Résultats:

Sur les 15 références trouvées et visualisées, 9 dataient du début des années 1980 (plus exactement de la période 1977-1984) et pour cette raison n'ont pas été retenues pour établir une synthèse d'actualité.

3 références plus récentes (datant de 1988 ou postérieures à cette date) et pertinentes ont en revanche été trouvées mais il s'agit de documents déjà recensés par d'autres moyens (BN-Opale ou renseignements auprès d'organismes professionnels):

-étude du cabinet PRECEPTA déjà signalée dans BN-Opale

-N° de la revue "Economie et Géographie" indiqué également par le service de documentation de la FFIIG (Fédération Française de l'Imprimerie et des Industries graphiques)

-statistiques annuelles publiées par la FFIIG.

Sur Européennes de données:

1_:1-31\$ et france#	
RESULT	574
2_:1 et (imprimerie adj labeur)	
RESULT	18
3_:..v long/1-10	

Résultats:

La recherche aboutit à des résultats très proches de ceux obtenus sur le serveur américain.

La visualisation fait apparaître les références de 3 articles non mentionnées lors de l'interrogation sur Dialog. Il s'agit d'indications rapides sur des entreprises du secteur (nouveaux services offerts; changement d'actionnaires; perspectives d'activité etc...).

FRANCIS:DOGE et ECODOC

Définition:

DOGE: banque de données bibliographique sur la gestion des entreprises (comprenant notamment de la littérature souterraine). Existant depuis 1980, elle est alimentée par une quarantaine de centres de recherche en gestion, français et étrangers.

ECODOC: banque de données bibliographique d'articles, d'ouvrages et de littérature souterraine en économie générale (informations internationales, nationales et régionales). Elle existe depuis 1980 à partir de documents collectés par un réseau géré par l'INIST-SHS.

Les 2 banques sont produites par l'INIST-CNRS

Stratégie de recherche:

QU.	Réponses	
1	24834	..LIM/DO DOGE OU ECODOC
2	15	IMPRIMERIE?
3	7	IMPRESSION?
4	20	2 OU 3
5	1	2 OU LABEUR — ? <i>l'ou labeur ?</i>
6	118	EDITION
7	10	6 ET (LIVRE? OU PERIODIQUE?)
8	11	IMPRIME?
9	0	IMPRIME? 1 AV (ADMINISTRATIF? OU COMMERCIA??/T OU PUBLICITAIRE?)
10	23	2 OU 7
11	3	EDITION?/DE ET (LIVRE? OU PERIODIQUE?)
12	17	2 OU 11

Resultats:

La référence fournie en réponse à la question 5 (IMPRIMERIE? ET LABEUR) concerne l'étude d'un cas de reprise d'entreprise dans le secteur de l'imprimerie de labeur. Cet exemple est intéressant au niveau de la gestion d'une entreprise et de la micro-économie sans être véritablement approprié à l'étude d'un secteur macro-économique.

Parmi les réponses à la question 3 (IMPRESSION?) et 4 (IMPRIMERIE? OU IMPRESSION?), les références visualisées traitent de problèmes de productivité, d'intéressement, de flexibilité des tâches, d'aménagement du temps de travail, de gestion de trésorerie avec des exemples pris, entre autres, dans le secteur de l'imprimerie. Elles ne constituent pas des éléments pour une analyse de secteur.

La visualisation d'une partie des réponses apportées à la question 8 (IMPRIME?) n'a pas fait apparaître de références pertinentes.

De façon générale les références obtenues portent sur des études de gestion, d'organisation du travail ou de logistique, avec des exemples pris dans le domaine de l'imprimerie. Ces documents peuvent apporter des éléments intéressants mais ponctuels et ne correspondent pas à l'étude générale d'un secteur économique.

PROMT

Définition:

PROMT (Predicasts overview of market and technology) est une base bibliographique, factuelle et statistique américaine (une des bases de données de la société Predicasts). Existant depuis 1972, elle contient en janvier 1991 environ 2,4 millions de références portant sur les entreprises, les marchés et les produits.

Stratégie de recherche:

Interrogation par descripteurs libres:

La question "IMPRIMERIE (1W) LABEUR/TI" a fourni une seule référence, ce qui n'est pas véritablement étonnant dans une base de données américaine.

Il s'agit d'un article extrait de la revue "Caractère".

INFOMAT

Définition:

Base bibliographique américaine (producteur Predicasts) d'actualité économique, faits et chiffres, ayant une couverture européenne.

Stratégie de recherche:

S1	S	PC=PRI OR PC=PRIB OR PC=PRIM OR PC=PRIA	PRI=Printing
S2	S	CN=FRANCE	PRIB=Printing Books
S3	S	S1 AND S2	PRIM=Pr. Magazines
S4	S	S3/1988:1991	PRIA=Ancillary Pr. services (industries connexes)

la question S4 a fourni 67 références

Résultats:

Environ la moitié des 67 références sont pertinentes. Il s'agit essentiellement d'articles tirés soit de la presse professionnelle (revues "Caractère" et "France Graphique" notamment) soit de la presse économique ("Les Echos", "La Tribune de l'économie", "l'Usine nouvelle", "Financial Times" etc...) et traitant de l'actualité de l'imprimerie (activité, investissements, croissance externe, perspectives du secteur).

BASE DE DONNEES BIBLIOGRAPHIQUE DU CENTRE DE DOCUMENTATION DE L'ESC DE LYON

Définition: banque de données interne contenant 30 000 références (ouvrages, articles de revues, dossiers documentaires, études et vidéogrammes)

Interrogation:

Descripteurs recherchés dans le "Thésaurus du management" (édition 1988; mise à jour 1989) conçu par un groupe de documentalistes des écoles de gestion à partir du "Thésaurus du management et de l'économie : langage d'indexation pour les services de documentation et les bibliothèques" de la société Bureau Van Dijk.

<u>Descripteurs</u>	<u>Références trouvées</u>	<u>Références pertinentes</u>
IMPRIMERIE	12	4
IMPRIMERIE SECTEUR	7	3

Résultats:

Les références retenues portent sur des articles tirés de la presse générale, économique et plus rarement de la presse professionnelle spécialisée dans l'imprimerie.

BASE DE DONNEES BIBLIOGRAPHIQUE DU CENTRE DE DOCUMENTATION DE L'ECOLE SUPERIEURE D'INGENIEURS DES INDUSTRIES PAPETIERES ET GRAPHIQUES de GRENOBLE.

Définition:

Base de données interne recensant les références de monographies, de comptes-rendus de congrès et d'articles de périodiques sur l'ensemble de la chaîne graphique. Le Centre de documentation de Grenoble publie notamment tous les mois dans la revue "IG" (industries graphiques) des cahiers documentaires et techniques contenant des abstracts tirés de cette base de données.

Interrogation:

Le terme "Imprimerie de labeur" ne constitue pas un mot-clé dans la mesure où les articles recensés ont tous un rapport plus ou moins étroit avec ce sujet.

La recherche a alors été menée avec les mots-clés suivants:

- analyse de marché
- perspectives

En fait la quasi-totalité des références signalées (72) concernent des documents techniques, ce qui constitue la vocation première de ce centre de documentation.

Cependant les références de 4 articles de type économique ont pu être trouvées (articles tirés de la presse professionnelle et qui n'avaient pas été repérés par d'autres recherches).

NOTE DE SYNTHÈSE

INTRODUCTION:

L'ensemble des industries graphiques de "labeur" (c'est-à-dire hors presse quotidienne et incluant l'imprimerie de labeur stricto sensu, la photogravure, la reliure-brochure) constituent un secteur industriel à part entière:

En 1989:

seuil 10 salariés et +	Entreprises	Effectifs	CA en Mds
Automobile	881	306.344	430
Chimie	361	105.091	186
Équipement industriel	3.308	207.321	152
Aéronautique	114	107.796	96
Métallurgie	134	45.426	95
Habillement	2.747	137.369	61
Ameublement	1.289	66.105	35
Industrie du verre	279	51.200	35
Industries graphiques	2.331	91.427	52

Cette industrie est à la fois une industrie lourde et une industrie savante. La mutation rapide des technologies n'a pas cessé d'exiger des investissements considérables au cours de la dernière décennie. Elle induit en outre la recherche constante d'un niveau élevé et mobile de compétence de la part de ses effectifs.

Cette industrie, la 2^o à l'échelon européen par son volume de production (à égalité avec l'Italie et derrière l'ex-RFA) connaît depuis 1985 environ une vive croissance, contrastant avec la crise des années 70, mais elle subit le handicap d'un tissu industriel encore très morcelé. Cette situation a pu profiter pour certains segments du marché à la concurrence européenne car, paradoxalement, la France est aussi le 1^o importateur mondial d'imprimés.

Cependant, depuis la fin des années 80, de profondes restructurations sont en cours qui sont en train de modifier la physionomie du secteur.

1. UNE FORTE CROISSANCE D'ACTIVITE DEPUIS 1986:

Croissance de l'activité des industries graphiques (imprimerie de labour et activités connexes) de 1985 à 1989.

	1985	1986	1987	1988	1989
CA en MDF	34,6	37,7	41,1	46,5	51,6
Croissance du CA en FF.courants	7,5%	8,9%	9%	13%	11%
Croissance en volume CA en FF constants	1,7%	6,5%	8,6%	9,2%	5,1%

Croissance de la production (en millions de tonnes).

	1985	1986	1987	1988	1989
Production	1,93	2,04	2,22	2,42	2,54
Evolution en %		5,7%	8,8%	9%	4,9%

Sur les 3 dernières années (base 100 en 1986), la croissance de l'imprimerie de labour et de ses activités connexes a été 2,5 fois plus élevée que celle du P.I.B Marchand. (+24,5% contre +9,9%)

Parmi les principaux facteurs de cette croissance figurent:

-la bonne tenue du marché publicitaire qui est l'un des principaux débouchés de la profession et a connu jusqu'à la fin des années 80 une progression constante

-l'arrivée sur le marché de produits nouveaux à forte valeur ajoutée:

- * cartes plastiques avec exploitation de données informatiques ou magnétiques (cartes de crédit, cartes de téléphone);
- * tickets et cartes comportant des informations magnétiques (tickets de métro, "clés magnétiques pour le verrouillage de portes);

- * enduction de pellicule "grattable" (tickets de tac-o-tac concours et jeux);
- * réalisation d'emballages en matériaux variés (papier, carton, métal, plastique, etc.) conçus pour favoriser l'achat du produit qu'ils recouvrent.

-le passage à la couleur de toute la presse magazine, le développement de la presse gratuite et de la presse spécialisée, en particulier la forte progression des magazines de télévision.

Ce dynamisme de l'activité est lié:

- à des investissements importants dans le matériel d'impression, secteur à forte innovation technologique, et à des réductions d'effectifs qui ont engendré des gains de productivité et une politique de prix plus agressive.
- à une restructuration de la profession qui se poursuit actuellement.

Après une période d'activité intense depuis 1986, les résultats pour 1989 semblent indiquer une pause dans la progression et donner l'amorce d'une tendance plus modérée que les chiffres pour 1990 devraient sans doute confirmer.

Ce nouveau rythme est lié à l'évolution de la demande finale dans un environnement économique moins porteur depuis la fin 1989. Dans le domaine plus spécifique de l'imprimerie de labeur, il est dû à la croissance plus modérée de certains marchés: les imprimés publicitaires, les imprimés en continu.

2. UN SECTEUR QUI CREE A NOUVEAU DES EMPLOIS

Les fortes mutations technologiques de ces dernières années ont entraîné la baisse du volume de l'emploi jusqu'en 1986, avec cependant un taux de diminution moindre que pour l'ensemble de l'industrie.

Depuis 1986 grâce aux créations d'emplois générées par les nouveaux métiers, on observe une progression des effectifs.

	1982	1986	1987	1988	1989
Effectifs	87 434	83 060	85 450	87 050	91 427
Evolution (%)	-1,1% par an		+2,9%	+1,9%	+5%

Pour les années à venir les estimations du nombre d'embauches varient entre 3000 et 6000 par an, dans le contexte d'une activité toujours soutenue.

3. UNE INDUSTRIE COUVRANT DES SEGMENTS DE MARCHE TRES DIFFERENTS.

3.1. Des segments de marchés de nature très différente:

5 grandes catégories de produits et de marchés peuvent être distinguées au sein de l'imprimerie de labeur:

- les imprimés de gestion
- les imprimés de motivation
- les périodiques
- le conditionnement
- le livre

1) les imprimés de gestion constituent le premier marché du secteur. Le "continu", "l'administratif" et le "commercial" accompagnent l'activité économique et sont très sensibles à son niveau général.

Après une période de progression très soutenue, liée notamment au développement du parc d'ordinateurs et d'imprimantes, ce marché connaît à l'heure actuelle une croissance plus modérée et tend à se diversifier entre 2 types de demandes:

une demande moyenne émanant de gros utilisateurs et une demande, plus dynamique, de quantités plus petites répondant à des besoins spécifiques de produits à haute valeur ajoutée (politique de spécialisation ou de "focalisation").

2) les imprimés de motivation (imprimés publicitaires et de vente par correspondance) constituent le second marché de l'imprimerie en France, en progression constante et rapide depuis 10 ans.

La question fondamentale de ce marché est de savoir quelle sera dans les années à venir la place de la communication imprimée dans les budgets publicitaires face à la redoutable concurrence des autres médias et en particulier de la télévision.

A l'heure actuelle il semble que l'imprimé reste bien placé pour plusieurs raisons: permanence du message, coût modéré à l'unité dans un contexte où les marchés se diversifient de plus en plus. La personnalisation est aussi un des atouts majeurs de l'écrit publicitaire par rapport aux médias de masse.

En fait l'imprimé apparaît comme complémentaire des autres médias: la synergie entre l'écrit durable et personnalisé et le message audiovisuel fugitif et indifférent devrait continuer à être recherchée. Exemple: une campagne de publicité d'une banque sur un nouveau produit associe des messages diffusés à la TV et à la radio et différents "relais" écrits: dépliants, affiches, mailing.

3) les périodiques représentent un secteur sensible, proche de la presse. Ce secteur a été caractérisé au cours de ces dernières années par:

- une croissance globalement soutenue (au contraire de la presse quotidienne) mais contrastée selon les produits.
- la montée en puissance de la presse gratuite
- le foisonnement de la presse spécialisée et notamment la forte progression des magazines de télévision.

4) L'imprimerie du livre vient loin derrière les autres produits puisqu'elle représente moins de 5% du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur. Il convient de rappeler qu'il s'agit uniquement des travaux de fabrication du livre.

Il est important en effet de distinguer l'impression du livre stricto sensu de l'ensemble de l'économie du produit Livre, qu'il n'est pas possible d'étudier dans le cadre de cette note. Quelques tendances majeures peuvent cependant être rappelées, très schématiquement.

Depuis environ 5 années consécutives, le secteur de l'édition a enregistré des résultats relativement satisfaisants. Ainsi, plus 5% d'augmentation en francs constants en 1989 après une progression de 5.3% en 1988.

Le marché de l'édition est caractérisé par la baisse des tirages et la multiplication des titres. Dans ce contexte, la stratégie des imprimeurs du livre a consisté à investir massivement pour s'adapter aux besoins d'une édition en petits et moyens tirages comme aux possibilités de tirages très élevés.

L'effort soutenu d'investissement des imprimeurs de livres s'explique également par la concurrence européenne. Mais aujourd'hui l'importance des investissements réalisés impose la nécessité d'exporter avec des produits de haute qualité et de forte valeur ajoutée.

5) le conditionnement représente une activité importante mais difficile à cerner, n'entrant dans le cadre du sujet traité que pour sa part "imprimerie" et seulement quand la production n'est pas intégrée. Une croissance régulière de ce marché semble cependant assurée, compte tenu de la sophistication accrue du conditionnement qui s'apparente à un investissement publicitaire et devrait suivre son évolution.

3.2. Structure du marché en 1989

Cette répartition du chiffre d'affaires concerne uniquement les entreprises dont l'effectif est supérieur ou égal à 10. Elle couvre à la fois l'imprimerie de labour et ses industries connexes.

imprimés commerciaux et administratifs	25,3%
dont feuilles	(13,3%)
dont continu (imprimés pour l'informatique notamment)	(12,0%)
imprimés publicitaires (autres que VPC)	18,4%
périodiques	12,9%
imprimés de conditionnement	12,9%
livres	4,3%
catalogues VPC	3,1%
annuaires	1,1%
calendriers, reproductions cartes postales	1,1%
imprimés divers	5,6%
produits intermédiaires	15,3%
dont photogravure	(7,5%)
dont photocomposition	(4,8%)
dont reliure-brochure	(3,0%)
total	100,0%

4. UN SECTEUR ATOMISE ACTUELLEMENT EN PLEINE RESTRUCTURATION

Structure du tissu industriel EN 1989

chiffres 89	ensemble du secteur	>10 salariés
Nombre d'entreprises	10 300	2 331
Effectif	128 000	91 427
CA en milliards de FF	65,6	51,58
Volume en millions de tonnes	2,7	2,54

La diversité de taille des entreprises et leur dissémination sur l'ensemble du territoire sont caractéristiques du secteur d'activité. Seulement 20% des entreprises ont 10 salariés et plus. La profession comprend donc 80% d'artisans (moins de 10 salariés) qui réalisent 20% du chiffre d'affaires

En 1989 les entreprises de type industriel (de plus de 10 salariés) soit 20% de l'ensemble des entreprises
 -emploient 71% de l'effectif total
 -réalisent 79% du chiffre d'affaires
 -traitent 92% du tonnage.

Ainsi, à côté de grands groupes tels que Hachette, l'Imprimerie Nationale, Jean Didier ou Moore-Paragon, existent de nombreuses petites et moyennes entreprises, souvent assez performantes pour répondre aux différents besoins spécifiques du marché.

Cependant face au développement technologique très rapide des matériels, impliquant des investissements massifs, l'imprimerie française composée en majorité de petites unités aux capitaux propres faibles s'est trouvée devant un choix: se moderniser pour rester compétitive face à la concurrence étrangère ou disparaître.

De nombreuses entreprises parmi les plus importantes (Lang, Néogravure) ont disparu. Les autres se sont concentrées autour de groupes pour la plupart indépendants, spécialisés le plus souvent dans un métier ou un type de produits comme par exemple le groupe Jean Didier (périodiques, catalogues, publicité), C3F (photogravure-composition) ou C.P.C (imprimerie d'emballage et continu).

Cette concentration s'est opérée le plus souvent par le biais d'acquisitions, les entreprises en difficulté susceptibles d'être reprises étant nombreuses. On assiste ainsi surtout depuis 1986 à d'importants mouvements de concentration et à une banalisation des opérations de croissance externe au tournant des années 90.

Par ailleurs on remarque que ces mouvements de concentration se font sans que le secteur de l'imprimerie devienne intégré au secteur Edition-Communication, contrairement à ce qui s'est passé dans les pays européens concurrents. Le groupe Hachette constitue la seule exception avec un branche Imprimerie importante et en développement.

Les grands groupes européens de la communication ne se sont intéressés que récemment à l'imprimerie de langue française bien après leur implantation dans l'édition ou la presse françaises. La première manifestation de ce nouvel intérêt a été l'acquisition en 1988 des imprimeries François et Cino Del Duca par le groupe britannique Maxwell (qui a décidé fin 1990 de s'en séparer.)

La plupart des acquisitions récentes par des sociétés étrangères émanent de groupes spécialisés dans le métier de l'imprimerie.

Cette tendance à la concentration est une réalité économique qui reste à confirmer:

En 1989 61 sociétés

réalisent un CA > ou = 100 MF représentent: 26% du CA du secteur + activités connexes 20% des effectifs (24 000 salariés)
--

Cependant 3 entreprises seulement dépassent en 89 un chiffre d'affaires de 500 MF

Imprimerie Jean Didier S.A. Danel Ferry Moore Paragon

5. ACCELERATION DE L'INNOVATION TECHNOLOGIQUE ET EFFORT SOUTENU D'INVESTISSEMENT

5.1 Evolution des procédés techniques

La conception et l'élaboration de produits à forte valeur ajoutée a été possible grâce aux nouvelles technologies dérivées de l'électronique et de l'informatique.

- traitement des textes et des images par numérisation
- impression par matériel télécommandé dont la conduite est assistée par des dispositifs de vision artificielle ,par du matériel robotique et des logiciels informatiques
- développement des télétransmissions (câble, fibre optique, satellite)
- programme d'assistance à la composition et à la photogravure: (Publication Assistée par Ordinateur ou Desktop Publishing)

- * logiciels de gestion de textes avec dictionnaire orthographique et programme de césure de mots
- * logiciels de mise en page programmée
- * logiciels de traitement électronique par des images permettant assemblage, imbrication et superposition de plusieurs sujets. Ils permettent aussi de modifier l'échelle, la netteté, les couleurs (par renforcement, atténuation ou permutation) et de retoucher des illustrations par effacement ou rajout de parties d'images.
- * logiciels de création d'images (images de synthèse)
- * logiciels de montage de texte et d'images permettant de sortir un produit sur film ou directement sur plaques off-set.

5.2. Les investissements

- la profonde mutation technologique de la dernière décennie
- la spécialisation accrue existant entre les différents produits imprimés (cf. les 5 principaux marchés: imprimés de gestion, imprimés publicitaires, périodiques, imprimés de conditionnement, livres)
- la nécessité de s'adapter en souplesse à une demande de plus en plus spécifique ,de plus en plus exigeante en terme de qualité et de rapidité et portant sur des volumes d'activité très variables

ont entraîné des investissements technologiques très lourds
 Depuis 1987 la croissance en volume des investissements matériels du secteur industriel de l'imprimerie s'inscrit sur une tendance de 8 à 9% par an.

Ce taux important s'explique par le coût élevé du matériel utilisé: une presse à feuilles vaut par exemple entre 4 et 8 millions de francs; le prix d'une rotative varie entre 20 et 50 millions. Le choix de tels investissements auxquels s'ajoutent des infrastructures et des équipements périphériques est toujours délicat dans un contexte de marchés très évolutifs et de très forte concurrence.

La politique d'investissement très soutenue constatée dans le secteur est essentiellement le fait des grands groupes. Ainsi le groupe Jean Didier (presse magazine; catalogues) a investi à lui seul en 1989 pour 1 milliard de Frs.

6. ELEMENTS D'ANALYSE FINANCIERE DU SECTEUR

Dans le contexte de croissance des ventes de la fin des années 80, les entreprises de l'imprimerie de labour présentent de manière globale les caractéristiques suivantes:

- l'amélioration de leurs marges industrielles (rentabilité d'exploitation).

Le taux de marge EBE/C.A HT est de l'ordre de 7% dans le cadre de l'étude Eurostaf-Dafsa menée en 1988 (sur les chiffres de 87 et sur un échantillon de 40 sociétés parmi les plus importantes du secteur) contre 5,7% en 1983.

- des besoins de financement liés au cycle d'exploitation relativement faibles. Ils correspondent pour l'essentiel au poids des stocks

- une assise financière faible: le résultat après éléments financiers est obéré par les frais financiers liés à un endettement élevé. Ce niveau d'endettement s'explique par des capitaux faibles, dûs à des résultats peu élevés au début de la décennie 80 et à des investissements lourds à financer et en progression.

Chez les entreprises spécialistes du continu, le taux d'endettement est moins élevé en raison de capitaux plus importants liés à l'accumulation de meilleurs résultats dans les années passées et en raison de la taille plus importante des entreprises.

Même s'il ne s'agit pas de comparer les résultats d'enquêtes différentes il est à noter que le taux de marge dégagé au terme de la centralisation annuelle réalisée par la Centrale de Bilans de la Banque de France sur 322 entreprises du secteur 51 10 s'élève à 12,6%.

La Centrale de Bilans de la BDF fait ressortir pour l'année 89 les éléments suivants

	1988	1989
taux de marge brute (EBE/CA HT)	12,2%	12,6%
taux d'endettement (endettement/financement propre)	72,7%	67,5%
taux d'investissement productif (investissement productif/VA)	20,4%	19,7%
taux d'autofinancement (autofinancement/emplois nets)	77,4%	90,3%

- amélioration de la rentabilité d'exploitation
- diminution de l'endettement
- effort important d'investissement largement autofinancé.
(mais cette centralisation a tendance à regrouper les entreprises en bonne santé du secteur).

L'enquête annuelle de la revue Caractère sur l'exercice 89 fait notamment ressortir:

- des chiffres records d'investissements en 89:
les sociétés perçoivent encore les dividendes des années les plus fastes qui les ont placées sur une courbe ascendante
- en matière d'autofinancement, la tendance est toujours à la hausse mais des signes de repli sont perceptibles.

7. UN SECTEUR PEU PERFORMANT A L'EXPORTATION FACE A UNE FORTE CONCURRENCE EUROPEENNE.

Remarque: il est difficile d'évaluer de façon précise la part que représentent respectivement les importations et les exportations d'imprimés dans l'activité de la profession.

En effet les seuls éléments permettant de mesurer les échanges commerciaux sont les statistiques de la Direction Générale des Douanes qui sont établies d'une part en unités physiques -c'est-à-dire en tonnage- d'autre part en valeur.

Or la valeur des travaux d'impression se trouve incorporée dans des articles dont la valeur commerciale peut être très différente. Ainsi la valeur d'un livre est généralement très supérieure à sa seule valeur technique en raison de l'importance des éléments incorporels tels que les droits d'auteur et la valeur ajoutée par l'éditeur.

A l'inverse des périodiques contenant de nombreuses publicités peuvent être vendus à des prix voisins de leur coût de fabrication.

L'appréciation de la balance commerciale des produits imprimés est ainsi peu significative en valeur mais reste intéressante au niveau des tonnages.

Le déficit atteint 237 000 tonnes en 1988 (contre 144 000 tonnes en 1980). Tous produits imprimés confondus, les importations en 1988 sont 2,6 fois plus élevées que les exportations. 90% des importations françaises de produits imprimés proviennent de pays membres de la CEE.

Les raisons de cette situation sont multiples:

- l'imprimerie de labeur française est plus atomisée que celle des pays européens (cf supra). Ainsi l'intégration entre l'imprimerie et l'édition est beaucoup plus importante à l'étranger.

Il existe en Allemagne, en Italie ou en Grande-Bretagne de grands groupes de communication diversifiés vers l'amont de la filière graphique qui peuvent réaliser des économies d'échelle et obtenir des débouchés pour des équipements rentables s'ils tournent à pleine capacité.

Cette intégration permet aussi aux imprimeries étrangères d'être assurées d'un plan de charge suffisant absorbant les coûts fixes de production, de telle façon que la recherche d'un marché étranger peut se faire à un prix plus bas.

- le coût d'obtention des matériels d'équipement. La quasi-totalité du matériel graphique étant en effet importé (en l'absence d'une industrie française de machines pour l'imprimerie), l'imprimeur français se trouve ainsi défavorisé par rapport à celui du pays d'origine (Allemagne notamment).

Divers éléments permettent cependant d'espérer un redressement dans les années à venir:

-la concentration qui s'est engagée à la fin des années 80 autour de quelques grands groupes intégrés de taille européenne comme Hachette, Jean Didier, Berger-Levrault ou Partenaires.

-le marché unique européen de 1992 qui devrait entraîner une harmonisation des coûts des matériels et du papier en Europe, mettant à égalité les imprimeurs français et leurs concurrents européens.

-l'effort très important d'investissement en matériel réalisé à la fin des années 80 par les entreprises françaises. Cet effort devrait permettre une meilleure adéquation entre l'offre, les capacités de production et la demande de produits imprimés.

-un effort plus soutenu des imprimeries françaises vers les marchés extérieurs. Il se traduit notamment par la mise en place de réseaux commerciaux hors de France, par des rachats ou des alliances avec des partenaires étrangers.

CONCLUSION

Plusieurs tendances se dessinent à l'heure actuelle :

- Demande finale moins soutenue;exemple:marché publicitaire
- Difficulté de rentabiliser les investissements récents
- Forte pression de la concurrence
- Fragilité accrue de certaines entreprises notamment PME

Cependant :

- la baisse actuelle des pages de publicité est compensée par la forte progression des catalogues
- Face au marché et aux concurrents européens,il apparaît nécessaire de poursuivre l'effort d'investissement par une accumulation de rachats externes qui se banalisent à l'heure actuelle dans la profession
- Pour un certain nombre de PME,les choix qui restent possibles devraient consister à:
 - se rapprocher de leur clientèle
 - investir dans le créneau pré-presse
 - proposer des produits à forte valeur ajoutée.

BIBLIOGRAPHIE

BIBLIOGRAPHIE:

NOMENCLATURE

-FRANCE.Ministère de l'Economie et des Finances.Nomenclature d'activités et de produits 1973 (N.A.P. 73).Paris:éd.des Journaux Officiels, 1987. ISBN 2-11-071816-1.ISSN 0767-4538

ANNUAIRE STATISTIQUE

-FRANCE.Ministère de l'économie et des finances.Annuaire statistique de la France.Paris:INSEE,1989.

ETUDES SECTORIELLES

-Pour une prospective réaliste de l'imprimerie française:livre blanc.Présenté par Jean-Philippe LECAT.Paris:FFIIG,1987.59 p.

-EUROPE STRATEGIE ANALYSE FINANCIERE (EUROSTAF DAFSA).Les industries de l'imprimerie:concurrence européenne.Rédigé par N.Venturini. Paris:Eurostaf Dafsa,1988.274 p.Analyses de secteurs.

-BANQUE DE FRANCE.Centrale de Bilans.Centralisation 1989 Imprimerie de labeur.Paris:Banque de France,1990.Fascicule de résultats. ISSN 0999-002 X.

-PRECEPTA, CONSEIL ET ANALYSES STRATEGIQUES.L'imprimerie de labeur.Paris:Precepta,1990.168 p.Stratégies et concurrence. ISSN 0986-105X.

ARTICLES DE PERIODIQUES

ARTICLES GENERAUX

-Les imprimeurs se préparent pour 1992.LA FRANCE GRAPHIQUE, janvier 1989, p.58.

-Poursuite de l'expansion sur le marché des imprimés.CARACTERE,24 octobre 1989,p.9

- La croissance continue dans l'imprimerie.LA FRANCE GRAPHIQUE,décembre 1989,p.70.
- Les arts graphiques:de l'industrie lourde à l'industrie savante.CNPF,juillet 1989.p.52-54.
- La demande de produits imprimés augmente de 7% par an. L'USINE NOUVELLE,29 mars 1990,p.14-18.
- JOB,F.La bonne santé des arts graphiques .PAPIER, CARTON, CELLULOSE,avril 1990,p.26-27.
- L'imprimerie passée au crible.CARACTERE,19 juin 1990,n°287,p.8
- Les industries graphiques:une santé florissante.CNPF,juillet 1990.p.93-95.
- Imprimerie et industries graphiques.ECONOMIE ET GEOGRAPHIE,juin-juillet 1990,n°276,p.1-12.
- URBAIN,D .Sous-traitance,co-traitance:l'union fait-elle vraiment la force?.CARACTERE,11 septembre 1990,n°290,p.68-70.

DONNEES CHIFFREES

- Résultats économiques 89 des industries graphiques : toujours la croissance.REVUE IG, janvier 1991,n°391,p.10-15.
- GOUGE,F .Le chiffre d'affaires de l'industrie graphique a progressé de 11% en 1989.LE MONDE,22 novembre 1990,p.34.
- DEVENDEVILLE,F.,et al .Les stars de l'imprimerie:bilan 89 du secteur,chiffres d'affaires,investissements,marges brutes d'autofinancement,emploi et productivité.CARACTERE,18 décembre 1990,n°298,p.58-129.

ARTICLES SUR L'EVOLUTION TECHNOLOGIQUE

- SCHERER,M .Identification:le code à barres tient bon.INDUSTRIES ET TECHNIQUES,20 mai 1988,n°632,p.25.
- Qui maîtrisera demain les évolutions?.CARACTERE,27 mars 1990,n°280,p.72-74.
- DEROIN,P.,CATHALA,C .Imprimerie:la déferlante high tech.L'USINE NOUVELLE,29 mars 1990,n°2261,p.14-18.
- ABRAHAMS,P .Magnetic stripe technology is set to revolutionise airline ticket handling and sales:automatic ticketing machines prepare for take-off.FINANCIAL TIMES,23 mai 1990,p.16.

ARTICLES SUR DES OPERATIONS RECENTES DE CROISSANCE EXTERNE

- Hachette renforce son pôle d'imprimerie en continu en rachetant Ferry Peter.LE MONDE,22 mars 1989,p.18.
- Acquisition de FERRY PETER par HACHETTE.CARACTERE,25 avril 1989, p.8.
- C3F rachète DOURNEL.CARACTERE,5 décembre 1989,p.16.
- MAXWELL prend le contrôle de l'imprimerie Cino Del Duca.LES ECHOS,8 janvier 1990,p.15.
- WACE to acquire la Photogravure de l'Ouest.FINANCIAL TIMES,2 mars 1990,p.26.
- WACE to acquire Graphic Maillot.FINANCIAL TIMES,15 mars 1990,p.29.
- Graphic Maillot acquired by WACE.PRINTING WORLD,21 mars 1990,p.8.
- Formation of Jean Lamour.PRINTING WORLD,20 juin 1990,p.4.
- Les Imprimeries Hasbroucq rachetées par A.Thirion.LES ECHOS,14 janvier 1991,p.16.

ARTICLES SUR LE LIVRE

- FRANÇOIS,D .Dans le club du livre.CARACTERE,12 mars 1991,n°303,p.62-66.
- DUCOS,R .Imprimeurs:les nouvelles stratégies.LIVRES-HEBDO, n°12,22 mars 1991,p.68-69.
- L'édition dans un cycle favorable.CARACTERE,11 septembre 1990,n°290,p.42-43.
- PLUCHARD,P .Le poids du livre chez les imprimeurs.LIVRES-HEBDO,11 janvier 1991,n°2,p.82.

ARTICLES SUR LA PRESSE MAGAZINE

- DEVENDEVILLE,F .Tirages et paturages:chiffres d'affaires et lectorat des périodiques.CARACTERE,16 avril 1991,n°306,p.12-16.
- La presse magazine bouge avec la poste.CARACTERE,5 décembre 1989,n°273,p.34-35.
- DEVENDEVILLE,F .Riches et souvent célèbres.CARACTERE,16 avril 1991,n°306,p.18-21.

ARTICLE SUR LES CATALOGUES

-FRANÇOIS, D .Catalogues:la solution intégrée.CARACTERE,23 octobre 1990,n°294,p.28-31.

ARTICLES SUR LES IMPRIMES EN CONTINU

-DEVENDEVILLE, F .Les nouvelles règles du continu.CARACTERE,26 septembre 1989,n°267,p.21.

ARTICLES SUR DES IMPRIMEURS

-MURCIER, A .Didier,l'imprimeur bazooka.L'EXPANSION,20 mai-2 juin 1988.p.101-107.

-DEVENDEVILLE, F .Rencontre avec Pascal Pluchard:investir pour l'Europe.CARACTERE,30 janvier 1990,n°276,p.14.

-YNOSTROZA, R .Top french printer aims for export.GRAPHIC ARTS MONTHLY, avril 90,p.60-64.

-URBAIN D .Un prince dans le pré-presse.CARACTERE,23 octobre 1990, n°294,p.32.

-Entretien avec Marc FRIEDEL,président du groupe BERGER-LEVRAULT. CARACTERE,20 novembre 1990,n° 296,p.68.

-Jean Didier détrône l'Imprimerie Nationale.LIVRES-HEBDO,25 janvier 1991,n°4.

ARTICLES SUR DES SALONS

-La foire annonciatrice du nouveau monde.CARACTERE,10 avril 1990,n°281,p.10-11.

-COMPRINT:remue-méninges planétaire.CARACTERE,29 janvier 1991,n°300,p.18.

ANNEXE 1

LEXIQUE

COMPOSITION

Traitement des textes destinés à l'impression. La composition, souvent assistée par ordinateur, comprend la saisie (frappe au clavier), la correction et la mise en page.

FLEXOGRAPHIE

Procédé d'impression directe par forme imprimante souple en relief.

HELIOGRAVURE

Procédé d'impression directe par forme imprimante en creux (impression de magazines, catalogues, emballages...).

OFFSET

Procédé d'impression indirecte par forme imprimante plane qui permet de réaliser actuellement 78% des imprimés (journaux, magazines, catalogues, imprimés publicitaires, annuaires, livres, cartographie...).

PHOTOGRAVURE

Techniques de reproduction des images destinées à l'impression.

SERIGRAPHIE

Technique dérivée du pochoir, permettant l'impression sur des supports variés au moyen d'un écran de soie, de nylon ou de métal.

TYPOGRAPHIE

Procédé d'impression directe par forme imprimante dure en relief (livres, imprimés de ville).

XEROGRAPHIE

Procédé d'impression sans contact avec une forme imprimante (jet d'encre).

ANNEXE 2

CLASSEMENT DES PRINCIPALES ENTREPRISES PAR PROCÉDES OU PRODUITS
COMPARABLES (source: enquête annuelle réalisée par la revue
Caractère; chiffres 1989)

Héliogravure

1	Héliogravure Jean Didier
2	Cino Del Duca (estimation)
3	Hélio-Corbeil (groupe Hachette)
4	Imprimerie alsacienne Jean Didier
5	François (estimation)

Offset rotative

1	Imprimerie Jean Didier
2	L'Avenir Graphique
3	Brodard Graphique (groupe Hachette)
4	Gibert Clarey (groupe Laski)
5	Istra
6	Imprimerie de Massy (groupe Jean Didier)
7	Decoster (estimation)
8	Sego
9	Imaye
1	SCIA (groupe Bayard Presse)

Impression en continu

1	Danel Ferry (groupe Hachette)
2	Moore France
3	CPC
4	Moselle-Viellemard
5	Siaco
6	Malengé

Impression de livres

1	Groupe Partenaires
2	Maury
3	Jouve (groupe Petites Affiches)
4	Aubin
5	Brodard et Taupin (groupe Hachette)
6	Mame (groupe Laski)

Activités du pré-presse

1	Groupe C3F
2	La Photogravure de l'Ouest
3	Graphi Press Service
4	Coop Offset
5	Graphic Color
6	Graphotec



* 9 5 5 3 2 8 D *