

**SOMMAIRE**

Le diagnostic sectoriel 2008 publié par le Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec (CSMOGQ) dresse un portrait à jour du secteur des communications graphiques au Québec.

De façon plus spécifique, cette étude sectorielle vise les objectifs suivants :

- Réaliser un portrait diagnostique de l'état de la situation du secteur des communications graphiques : structure du secteur, caractéristiques des entreprises et leurs activités, contexte d'évolution du secteur, etc.
- Établir un profil de la main-d'œuvre travaillant dans ce secteur et, en particulier, connaître les éléments de contexte spécifiques à l'exercice de certains métiers ciblés.
- Examiner l'offre de formation actuelle visant ces métiers et l'adéquation de cette offre avec les exigences des entreprises.
- Dégager les tendances et les enjeux sur le plan sectoriel, de la main-d'œuvre et de la formation, afin de formuler des recommandations.

Le diagnostic sectoriel 2008 s'appuie sur les données statistiques les plus récentes, notamment celles du recensement de 2006, sur les données recueillies de sondages auprès de 350 entreprises des communications graphiques et de 123 employés syndiqués et non syndiqués.

Il s'appuie également sur les informations recueillies auprès de deux groupes de discussion d'employeurs et deux groupes de discussion d'employés syndiqués, ainsi que sur des entrevues individuelles avec des entreprises et des travailleurs du domaine. Les résultats des entrevues, des groupes de discussion et des personnes sondées ont permis d'ajouter des informations qualitatives aux données statistiques brutes recueillies.

L'étude tient compte de l'évolution technologique qui continue d'affecter le secteur des communications graphiques et de son impact sur les entreprises et leur main-d'œuvre, notamment en matière d'évolution des métiers et de formation des employés.

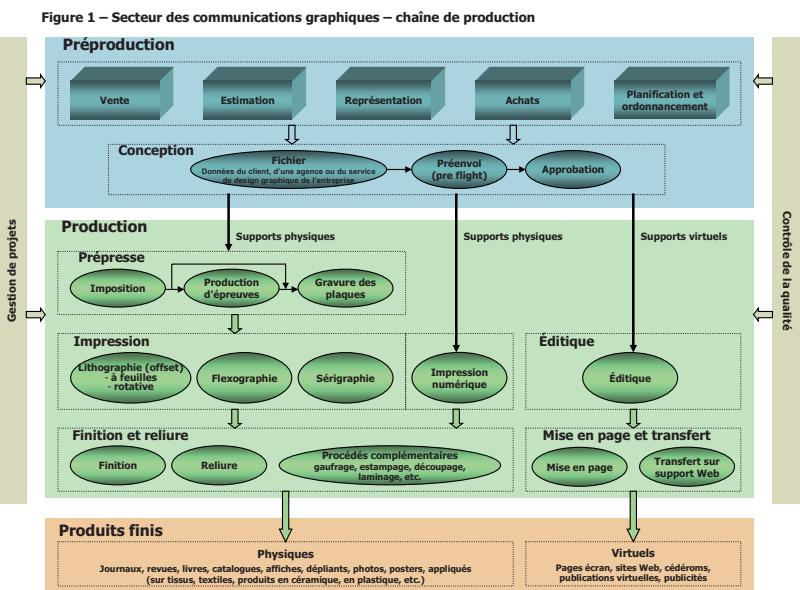
**1. TECHNOLOGIE, PRODUCTION, TENDANCES DANS LES PRODUITS**

**1.1 TECHNOLOGIE**

- L'informatisation, l'automatisation et la numérisation des procédés et des équipements ont provoqué des transformations majeures dans la chaîne de production graphique traditionnelle. Les changements sont structureaux et ont affecté les étapes de préproduction et de production. Les entreprises reçoivent des demandes et des exigences nouvelles de leurs clients et leurs offres de services sont modifiées et enrichies par les nouvelles possibilités technologiques.

- Après avoir transformé le prépresse, la numérisation bouleverse l'impression dans la chaîne de production graphique. En 2005, on estimait que près de la moitié des entreprises utilisaient l'impression numérique et parmi celles-ci, les deux tiers depuis moins de cinq ans. Les entreprises sondées au cours de la présente étude, celles de l'impression et des activités connexes notamment, confirment la tendance forte vers l'impression numérique puisque c'est maintenant 62 % d'entre elles qui utilisent, entre autres, ce procédé d'impression.

Bien que seulement 49 % des entreprises sondées de l'édition impriment, 47 % d'entre elles utilisent l'impression numérique, ce qui confirme l'importance de ce procédé d'impression qui a permis de développer de nouveaux marchés, notamment celui du court tirage et de l'impression sur demande.



**Impact des changements technologiques sur les étapes de production**

Le prépresse traditionnel, qui comprenait l'ensemble des activités préalables à l'impression, soit : saisie des données - textes et images, mise en page et traitement des images, imposition, montage des films, production d'épreuves, gravure des plaques - est en décroissance dans les entreprises, cette fonction se déplaçant en partie chez les clients ou dans des agences de service.

L'étape du prépresse fait maintenant appel aux compétences en infographie et la numérisation est utilisée même dans la préparation des plaques qui sont en quelque sorte le support physique à l'impression. Aujourd'hui, une fois complétée la conception du produit à imprimer (fichiers du client, préenvoi et approbation par le client), le prépresse ne comprend plus que les activités suivantes : imposition, production d'épreuves, gravure des plaques. La tendance de l'avenir est le "on line", soit directement du fichier à la presse (CTP).

Les produits de l'impression (dépliant, brochure, publicité, etc.) sont ensuite assemblés au terme du processus d'impression. Dans les entreprises qui comportent des équipements numériques et robotisés, les produits imprimés sont ainsi 'stockés' et défilent ensuite à travers divers équipements de procédés de finition. Les procédés de finition-reliure et les procédés complémentaires sont de plus en plus numérisés.

C'est généralement par l'acquisition d'équipements qu'une entreprise suit le courant des changements technologiques. Au cours des trois dernières années, 27 % des entreprises ont acquis de l'équipement de prépresse, 22 % des presses numériques, 16 % d'autres sortes de presses, 15 % de l'équipement de finition reliure et 15 % de l'équipement de procédés complémentaires.

La numérisation, l'informatisation et la robotisation des processus et des équipements dans les entreprises, mais aussi une rationalisation des étapes de production et des tâches des employés sont des passages obligés pour que les entreprises restent compétitives.

**1.2 PRODUCTION**

Les produits finis des communications graphiques se présentent sur support physique ou sur support virtuel. Les imprimés physiques prennent la forme de produits tels que journaux, revues, affiches, dépliants, et appliqués divers sur tissus, textiles, céramique, plastique. Les produits virtuels, de plus en plus présents ces dernières années, prennent la forme de pages écran, sites WEB, cédéroms, publications numérisées variées et publicités numérisées.

Les entreprises qui produisent sur support physique se distinguent par le type d'équipement qu'elles utilisent, notamment les procédés d'impression (lithographie offset, flexographie, sérigraphie, impression numérique) qui font appel à un équipement de presse spécifique.

Les différentes étapes de la chaîne de production dans le secteur des communications graphiques et tiennent compte des étapes communes des deux supports possibles des produits finis, soit le support physique et le support virtuel. Dans ce schéma, on constate que l'implantation de la nouvelle technologie a allégé l'étape prépresse.

Par contre, l'étape de préproduction, qui est commune aux produits physiques et virtuels, a pris de l'importance. Les agences et les clients sont maintenant très participants dans l'étape préproduction en fournissant les fichiers à imprimer.

**Tableau 1 – Étapes de production et procédés d'impression présents dans les entreprises sondées**

| Paramètres mesurés  | Secteurs SCIAN |              |             | Total (n=244) |
|---|----------------|--------------|-------------|---------------|
|   | 3222 (n=20)    | 3231 (n=179) | 5111 (n=45) |               |
| <b>Étapes de la chaîne graphique incluses dans le processus de production</b> |                |              |             |               |
| Prépresse   | 70 %           | 80 %         | 71 %        | 78 %          |
| Impression  | 100 %          | 87 %         | 49 %        | 81 %          |
| Finition reliure  | 25 %           | 75 %         | 29 %        | 63 %          |
| Procédés complémentaires  | 65 %           | 53 %         | 24 %        | 49 %          |
| <b>A recours à la sous-traitance dans le prépresse</b>                        | 35 %           | 46 %         | 40 %        | 44 %          |
| <b>Procédés d'impression utilisés</b>   |                |              |             |               |
| Lithographie offset à feuilles  | 20 %           | 56 %         | 18 %        | 46 %          |
| Lithographie offset rotative  | 20 %           | 18 %         | 31 %        | 21 %          |
| Flexographie  | 60 %           | 9 %          | 2 %         | 12 %          |
| Sérigraphie   | 15 %           | 22 %         | 7 %         | 19 %          |
| Impression numérique  | 10 %           | 62 %         | 47 %        | 55 %          |

Source : Enquête 2008 de DBSF-DAA Stratégies auprès de 350 entreprises du secteur des communications graphiques.

**1.3 TENDANCES EN MATIÈRE DE PRODUITS**

*Niches de produits ou de production*  
Certaines entreprises, surtout les grandes, maintiennent toutes les étapes de la chaîne de production. Certaines se spécialisent dans des procédés d'impression ou dans la production de produits finis de niche, d'autres encore travaillent en sous-traitance dans l'une ou l'autre des étapes de production, notamment en prépresse et en finition. Les entreprises choisissent des niches ou se spécialisent dans un domaine, c'est une tendance lourde actuellement.

Il y a également des tendances de produits de niche sur support virtuel; la production de publicités, de pages Web et de textes et documents disponibles à l'écran continuera de prendre de l'ampleur. Des niches spécialisées se trouvent dans des activités d'archivage informatisé des données ou de gestion de stocks d'imprimés, par exemple.

*Presse écrite*

Au cours des prochaines années, le domaine de la presse écrite pourrait être bouleversé par la concurrence très forte des médias électroniques et des journaux gratuits. La presse écrite québécoise devra s'ajuster; elle se tourne elle-même vers la production multimédia et propose à de nouveaux clients potentiels des produits virtuels de plus en plus accessibles et de qualité.

*Production virtuelle*

Apraravant, l'industrie de l'imprimerie s'articulait autour d'un processus de production dans laquelle les étapes s'enchaînaient de façon linéaire jusqu'à la réalisation d'un produit imprimé. L'ensemble de la production faisait appel à divers procédés traditionnels d'impression et de finition. Avec l'intégration de procédés informatisés et numérisés dans l'univers des communications graphiques, un nouveau domaine d'activités s'ouvre aux entreprises du secteur, celui de l'édition sans impression ou la production virtuelle. La production s'effectue sur des supports multiples et le produit fini de papier ou de carton devient une composante d'un ensemble plus large.

*Démocratisation des produits des communications graphiques*

L'accès à la technologie qui entraîne une démocratisation de la production en communications graphiques permet aux entreprises de produire de façon autonome des documents de qualité ou de faire appel à de la sous-traitance pour certaines étapes. Une certaine convergence des outils de communications graphiques interpelle le secteur pour qu'il s'adapte techniquement et diversifie les compétences de sa main-d'œuvre, notamment dans les domaines de l'infographie, du graphisme, de la maîtrise de logiciels. Il devient de plus en plus difficile pour les entreprises de se distinguer devant des équipements devenus disponibles et accessibles à tous.

**2. DIAGNOSTIC**

L'analyse effectuée a permis d'établir un diagnostic du secteur des communications graphiques et d'identifier certains enjeux de développement. L'ensemble des constats présentés au regard du secteur, de son environnement, des entreprises, de la main-d'œuvre et de la formation, constitue une synthèse des éléments qui apparaissent les plus significatifs dans le cadre des objectifs poursuivis par l'étude sectorielle.

**2.1 LE SECTEUR DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES**

Les industries du secteur des communications graphiques qui font partie du diagnostic 2008 sont classées par secteurs d'activité économique du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN).

- 3222 Fabrication du papier. Seuls les sous-secteurs 32221 Fabrication de contenants en carton et 32222 Fabrication de sacs en papier et papier couché et traité font partie des communications graphiques.
- 3231 Impression et activités connexes de soutien. Tous les sous-secteurs de ce SCIAN font partie des communications graphiques.
- 5111 Secteur de l'édition. Les sous-secteurs 51111 Éditeurs de journaux, 51112 Éditeurs de périodiques et 51114 Éditeurs d'annuaires et de répertoires font partie des communications graphiques.
- 5414 Services professionnels, scientifiques et techniques. Seul le sous-secteur 54143 Services de design graphique fait partie des communications graphiques.
- 5614 Services de soutien et administratif. Seul le sous-secteur 56143 Centres de services aux entreprises, fait partie des communications graphiques.

**PRINCIPAUX CONSTATS SUR LE SECTEUR**

- L'industrie des communications graphiques regroupe cinq sous-secteurs d'activité SCIAN, dont les deux premiers font partie de la fabrication : les produits en papier transformé (3222) et impression et activités connexes de soutien (3231); les éditeurs de journaux, périodiques et répertoires (5111), les services spécialisés de design graphique (54143) et les centres de services aux entreprises (56143).
- En 2006, le marché québécois de la fabrication en communications graphiques s'élevait à 5,19 milliards de dollars, soit des expéditions de 5,94 milliards de dollars, des importations de 464,2 millions de dollars et des exportations de 1,21 milliard de dollars. Les importations représentent 8,9 % du marché apparent en 2006.
- À l'intérieur des SCIAN 3222, 3231, et 54143, toutes les entreprises de l'industrie des communications graphiques vendent au Québec, deux sur cinq ailleurs au Canada. Trois sur dix exportent à l'extérieur du Canada. La proportion d'exportateurs est de 71 % dans le sous-secteur fabrication de produits en papier transformé, 25 % dans l'impression et activités connexes de soutien et 26 % dans les services de design graphique.
- La chaîne de production graphique est caractérisée par trois grandes étapes : le prépresse, l'impression et la finition-reliure qui, selon la taille des entreprises ou leur créneau de spécialisation, peuvent être réalisées entièrement à l'intérieur de l'entreprise ou en partie confiées en sous-traitance à d'autres entreprises de communications graphiques. Les trois étapes ont leurs caractéristiques propres, mais le processus de production comme tel suit un cheminement linéaire.
- Le prépresse traditionnel (typographie, traitement de texte) est en décroissance dans les entreprises, cette fonction se déplaçant en partie chez les clients ou dans des agences de service de design graphique. L'étape de l'impression demande une plus grande spécialisation de la main-d'œuvre; le personnel diminue au fur à mesure du remplacement des presses par des

- presses informatisées et numérisées plus performantes. Les étapes d'assemblage et de finition s'automatisent de plus en plus dans la grande entreprise et sur les nouveaux modèles de presses.
- 81 % des entreprises en communications graphiques font de l'impression, 78 % maintiennent des activités de prépresse, 63 % font de la finition-reliure et 49 % utilisent des procédés complémentaires. 44 % des entreprises font appel à des sous-traitants, soit pour réaliser certaines étapes de production ou réaliser des commandes à volume élevé.
- L'impression numérique, avec 55 % d'utilisation (62 % dans le sous-secteur impression et activités connexes de soutien) et la lithographie offset à feuilles, avec 46 % d'utilisation sont les deux procédés les plus importants utilisés par les entreprises du secteur.
- Alors que la tendance des dernières années était de grossir à tout prix, les PME choisissent plutôt maintenant des niches ou se spécialisent dans un domaine particulier.

**FORCES ET OPPORTUNITÉS**

- Les activités d'exportation des produits manufacturiers sont importantes et représentent 20,4 % des livraisons totales des deux SCIAN (3222 et 3231), 25 % dans le premier et 16 % dans le second.
- L'exportation sera en croissance au cours des prochaines années : 15 % des entreprises qui n'exportent pas en ce moment se disent intéressées à le faire à court ou moyen terme. Ceci pourrait améliorer la situation concurrentielle du secteur et favoriser le développement de nouvelles niches.
- De 2001 à 2006, la valeur ajoutée des entreprises en impression et activités connexes de soutien (SCIAN 3231) a augmenté de 7,8 % depuis 2001 et la productivité a augmenté de 15,7 %.

**FAIBLESSES, CONTRAINTES, MENACES**

- Entre 2001 et 2006, le volume des expéditions dans les sous-secteurs de la fabrication a diminué de 1,08 milliard de dollars, soit une baisse importante de 15,4 % en cinq ans (23,8 % dans les produits en papier transformé et 6,3 % dans l'impression et activités connexes de soutien).
- Entre 2001 et 2006, le poids de l'industrie des communications graphiques par rapport à l'ensemble des industries manufacturières du Québec est passé de 5,3 % à 4,2 %, soit une baisse de 21 %.
- Entre 2001 et 2006, les exportations de produits fabriqués (SCIAN 3222 et 3231) ont baissé de 13 %. Pendant la même période, les importations ont augmenté de 16 %. Les importations sont passées de 6,5 % du marché apparent en 2001 à 8,9 % en 2006.
- Dans la fabrication des produits de papier transformé (SCIAN 3222), entre 2001 et 2006, la valeur ajoutée de la fabrication a baissé de 20 % et la productivité a également baissé de 12,7 %.
- Avec la mondialisation du commerce, l'appréciation de la monnaie canadienne et le coût en augmentation constante du transport, la conjoncture pour l'industrie des communications graphiques est moins favorable qu'il y a quelques années. La concurrence chinoise pour les produits d'imprimerie qui sont moins soumis aux délais de livraison est très présente et la question de la langue d'impression ne pose pas de problèmes pour la Chine.

**2.2 LES ENTREPRISES DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES**

Au tableau 2, les entreprises des différents SCIAN du secteur des communications graphiques sont répertoriées selon le nombre d'employés.

**Tableau 2 – Entreprises du secteur des communications graphiques – répartition par secteur d'activité et par taille**

| Secteur d'activité SCIAN       | 3222 Fabrication de produits en papier transformé |              | 3231 Impression et activités connexes de soutien |              | 5111 Édition (sauf le livre 51113) |              | 54143 Services de design graphique |              | 56143 Centres de services aux entreprises |              | TOTAL        |              |
|--------------------------------|---|--------------|--|--------------|------------------------------------|--------------|------------------------------------|--------------|---|--------------|--------------|--------------|
|                                | Nb  | %            | Nb   | %            | Nb                                 | %            | Nb                                 | %            | Nb  | %            | Nb           | %            |
| 1 à 4                          | 19  | 21,8         | 751  | 63,4         | 224                                | 70,9         | 460                                | 82,2         | 110                                       | 59,8         | 1 564        | 67,1         |
| 5 à 19                         | 22  | 25,3         | 287  | 24,2         | 67                                 | 21,2         | 78                                 | 13,9         | 61  | 33,2         | 515          | 22,1         |
| 20 à 49                        | 17  | 19,5         | 82   | 6,9          | 14                                 | 4,4          | 19                                 | 3,4          | 8   | 4,3          | 140          | 6,0          |
| 50 à 99                        | 12  | 13,8         | 36   | 3,0          | 6                                  | 1,9          | 1                                  | 0,2          | 2   | 1,1          | 57           | 2,4          |
| 100 à 499                      | 14  | 16,1         | 24   | 2,0          | 2                                  | 0,6          | 1                                  | 0,2          | 2   | 1,1          | 43           | 1,8          |
| 500 et plus                    | 3   | 3,4          | 5  | 0,4          | 3                                  | 0,9          | 0                                  | 0,0          | 1   | 0,5          | 12           | 0,5          |
| <b>Total</b>                   | <b>87</b>   | <b>100,0</b> | <b>1 185</b>                                     | <b>100,0</b> | <b>316</b>                         | <b>100,0</b> | <b>559</b>                         | <b>100,0</b> | <b>184</b>                                | <b>100,0</b> | <b>2 331</b> | <b>100,0</b> |
| <b>% par SCIAN</b>             | <b>3,7</b>  |              | <b>50,8</b>                                      |              | <b>13,6</b>                        |              | <b>24,0</b>                        |              | <b>7,8</b>                                |              | <b>100,0</b> |              |
| <b>Nombre d'établissements</b> | 124   |              | 4,7  |              | 1 278                              |              | 48,7                               |              | 449                                       |              | 17,2         |              |

Source : Institut de la statistique du Québec, Juin 2007.  
Traitement des données : Direction du développement des compétences et de l'intervention sectorielle, Commission des partenaires

**PRINCIPAUX CONSTATS SUR LES ENTREPRISES**

- Le secteur des communications graphiques compte 2 331 entreprises dont 51 % dans le sous-secteur Impression et activités connexes de soutien (3231), 24 % dans les services de design graphique (54143), 14 % dans l'édition (5111), 3,7 % dans la fabrication de produits en papier transformé (3222) et 7,8 % dans les centres de services aux entreprises (56143).
- Le secteur des communications graphiques est très majoritairement composé de micro entreprises (moins de 5 employés) (67 %) et de petites entreprises (5 à 19 employés) (22 %). Il ne compte que 8,4 % de moyennes entreprises (de 20 à 99 employés) et 2 % de grandes entreprises (de 100 à 499 employés). On n'y retrouve que 0,5 % de très grandes entreprises, dont Quebecor et Transcontinental, deux chefs de file de l'imprimerie.
- Le sous-secteur de la fabrication de produits en papier transformé (3222) se distingue nettement des autres quant à la répartition des entreprises selon la taille : seulement une entreprise sur deux a moins de 20 employés et une entreprise sur cinq est grande ou très grande.
- La répartition régionale des entreprises en communications graphiques est similaire à la répartition du poids économique des régions; on retrouve une plus grande concentration d'entreprises à Montréal, en Montérégie et dans la Capitale-Nationale.
- La gestion des ressources humaines et la majorité des processus qu'elle sous-tend - recrutement, accueil et intégration, descriptions de poste, évaluation, rémunération, communication employeur-travailleurs, planification des besoins de main-d'œuvre, etc. - demeure, de façon générale, largement informelle. Plus l'entreprise est petite, moins il y a d'outils de gestion. Plus l'entreprise est grande, plus les processus sont formalisés, plus les outils sont présents. En cela, le secteur des communications graphiques n'est pas différent des autres secteurs d'activité.
- En matière de gestion de la santé et de la sécurité au travail, on note la présence de comités de santé et sécurité au travail, surtout dans les entreprises syndiquées et dans certaines PME qui

- ne le sont pas. Ces comités sont chargés de surveiller la situation de l'entreprise en matière de santé et sécurité des employés.
- Les horaires de travail sont sur vingt-quatre heures, surtout dans les sous-secteurs de la fabrication.

**FORCES ET OPPORTUNITÉS**

- Les entreprises sondées continuent à intégrer les changements technologiques. Elles ont fait beaucoup d'acquisitions d'équipement au cours des trois dernières années et se positionnent dans un marché concurrentiel. Une entreprise sur quatre a acquis de nouveaux équipements de prépresse. Une entreprise sur quatre a acquis des presses numériques, 15 % des entreprises ont acquis d'autres sortes de presses et 15 % ont acquis de l'équipement de finition-reliure ou de procédés complémentaires.
- Les entreprises se diversifient. Certaines se spécialisent dans l'une ou l'autre des étapes de production en offrant des services de sous-traitance. Elles offrent le service de prépresse en infographie et font les montages préliminaires. D'autres réalisent les opérations de finition et reliure ou encore se spécialisent dans des procédés complémentaires.
- Les grandes entreprises et certaines de taille moyenne, qui ont le potentiel pour réorganiser leurs activités, développent à l'intérieur même de leur entreprise des créneaux : fabrication de produits de niche, à la fois exercice de sous-traitance et appel à de la sous-traitance en cas de débordement, réorganisations internes en départements ou sections spécialisées de sous-traitance.
- Les relations de travail semblent généralement bonnes dans la majorité des entreprises. La communication entre les employeurs et les employés apparaît suffisante et satisfaisante. La plupart des entreprises interrogées et sondées utilisent certains outils de communication avec leurs employés.
- Les entreprises et les employés disent que le climat de travail est bon dans les entreprises des communications graphiques qui, d'ailleurs, n'ont pas eu à vivre de conflits importants dans les dernières années.

**FAIBLESSES, CONTRAINTES, MENACES**

- La gestion des ressources humaines est souvent réduite au minimum dans la grande majorité des PME du secteur des communications graphiques. Il y a peu de processus et d'outils de gestion formels. Même dans la grande entreprise, où les processus et les outils de gestion sont nettement plus fréquents, certains processus ou outils (politique d'embauche, manuel de l'employé, formulaires d'évaluation) sont loin d'être généralisés. En fait, les entreprises se dotent d'outils lorsqu'elles y sont contraintes, par exemple, en matière de gestion de la santé et de la sécurité au travail.

**2.3 LA MAIN-D'ŒUVRE DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES**

*Impact des changements technologiques sur la main-d'œuvre*

L'informatisation et la numérisation de l'équipement, et par conséquent des étapes de production ont transformé le travail des employés. Les entreprises ont de plus en plus besoin d'opérateurs d'équipement. Le secteur a dû intégrer des compétences nouvelles dans une chaîne de production plus spécialisée et, en amont des activités de production, le secteur inclut maintenant les clients.

Plusieurs métiers traditionnels sont disparus, disparaissent ou se transforment : typographe, brûleur de plaque, troisième pressier, bobinier, opérateurs divers etc. D'autres métiers jadis très exigeants physiquement (bobinier et aides), car ils impliquaient la manipulation des bobines de papier et des palettes de produits finis sont parfois remplacés par des robots dans les très grandes entreprises. La fonction "opérateur d'équipement d'impression numérique" a déjà vu le jour dans une proportion significative d'entreprises. Les métiers reliés aux diverses étapes de production sur support physique sont de plus en plus axés sur l'opération des machines et le contrôle de la qualité.

Rien n'indique un ralentissement du rythme des transformations technologiques et de l'évolution des services qui y sont généralement associés. Il s'ensuit que les besoins d'ajustement de la main-d'œuvre seront continus. La recherche de la rentabilité dans un monde de concurrence continuera à marquer le pas pour assurer la rapidité d'exécution et la livraison juste à temps. Pour suivre le courant des changements technologiques, et dans certains cas pour survivre, les entreprises des communications graphiques sont appelées à redéfinir leurs processus, à réviser l'organisation du travail et à restructurer les postes et les métiers.

Comme l'indique le tableau 3, le nombre d'employés dans le secteur des communications graphiques s'établit à 56 033. Le sous-secteur de l'impression et des activités connexes de soutien (3231) est, de loin, le plus important au plan de la main-d'œuvre en communications graphiques, avec 26 625 emplois ou 47,5 % du total. Il est suivi par l'édition de journaux, périodiques et répertoires (5111), qui compte 11 606 emplois en communications graphiques (20,7 % du total). Les services spécialisés de design graphique (54143) arrivent au troisième rang en importance avec 7 035 emplois (12,6 % du total). La fabrication de produits en papier transformé (3222) compte 6 669 emplois (11,9 % du total). Les centres de services aux entreprises (56143), avec 4 098 emplois, représentent seulement 7,3 %

**Tableau 3 – Nombre d'employés dans le domaine des communications graphiques**

| Secteur d'activité SCIAN                                      | 3222 Fabrication de produits en papier transformé | 3231 Impression et activités connexes de soutien | 5111 Éditeurs de journaux, périodiques, livres et répertoires | 5414 Services spécialisés de design | 5614 Services de soutien aux entreprises | TOTAL         |
|---|---|--|---|-------------------------------------|--|---------------|
| Personnes occupées (voir tableau 3.4)                         | 10 260  | 26 625   | 16 580  | 11 725                              | 13 660                                   | 78 850        |
| % du SCIAN qui fait partie des CG (voir notes du tableau 3.1) | 65 %  | 100 %  | 70 %  | 60 %                                | 30 %                                     |               |
| <b>Personnes occupées dans le secteur des CG</b>              | <b>6 669</b>                                      | <b>26 625</b>                                    | <b>11 606</b>   | <b>7 035</b>                        | <b>4 098</b>                             | <b>56 033</b> |
| <b>Répartition %</b>  | <b>11,9</b>                                       | <b>47,5</b>                                      | <b>20,7</b>   | <b>12,6</b>                         | <b>7,3</b>                               | <b>100,0</b>  |

Source : Statistique Canada, Recensement de 2006.  
Traitement des données : Direction du développement des compétences et de l'intervention sectorielle, Commission des partenaires du marché du travail, Québec.

de tous les emplois. Comme l'illustre le tableau 4, pour tous les codes SCIAN 3222, 3231, 5111, 5414 et 5614 confondus, c'est le métier d'opérateur de presse à imprimer (pressier/opérateur de presse) qui arrive au premier rang, avec 7 045 personnes. Il est suivi par deux métiers de conception, designer graphique et illustrateur (designer/concepteur graphique) et technicien en graphisme (infographiste), avec respectivement 4 640 et 3 075 personnes. Au quatrième rang, on retrouve le métier de représentant des ventes non techniques (représentant et estimateur), avec 2 945 personnes. Le métier d'opérateur de machines à relier et de finition (opérateur d'équipement de finition-reliure, lamineuse, plieuse-colleuse, massicot, encartreuse-piqueuse, presse à procédés complémentaires, etc.), avec 2 615 personnes, suit en cinquième position.

Loin derrière, trois métiers sont en nombre à peu près similaire, au sixième, septième et huitième rang : manœuvre (aide-pressier/assistant/manœuvre), avec 1 555 personnes, opérateur de machines à imprimer (pressier/opérateur de presse numérique), avec 1 540 personnes, et surveillant de l'imprimerie (superviseur/contremaître), avec 1 445 personnes. On compte 1 040 directeurs de la fabrication, au neuvième rang.

Les trois métiers d'opérateurs de prépresse sont très peu nombreux : photographeur-clicheur, photographeur-reporteur (certains opérateurs de prépresse dont pelliculeur et brûleur de plaque), avec 655 personnes, opérateur d'équipement d'édition (opérateur de prépresse - typographe), avec 415 personnes, et développeur de films et photographes (opérateur de prépresse - tireur d'épreuves), avec

**Tableau 4 – Principaux métiers et professions en communications graphiques compris dans les secteurs SCIAN 3222, 3231, 5111, 5414 et 5614, en fonction des codes de la CNP**

| Métiers et professions de la CNP ciblés (appellations réelles dans le secteur des communications graphiques) | 3222 Fabrication de produits en papier transformés | 3231 Impression et activités connexes de soutien | 5111 Éditeurs de journaux, périodiques, livres et de design | 5414 Services spécialisés de soutien aux entreprises | 5 |
|--|--|--|---|--|---|
|--|--|--|---|--|---|

- Métiers en voie de disparition : typographe, pelliculeur, brûleur de plaques, tireur d'épreuves et troisième pressier.
- Métiers en mutation : bobinier et margeur, opérateur d'équipement de procédés complémentaires.
- Métier en émergence : opérateur de presse numérique.
- Métiers en demande : représentant, estimateur, chargé de projets, opérateur de presse (pressier), aide-pressier, opérateur d'équipement de finition-reliure.
- Au moins la moitié des entreprises demandent un diplôme d'enseignement supérieur (collégial ou universitaire) pour occuper un poste de représentant, estimateur, chargé de projets et concepteur graphiste, graphiste et infographiste.
- Pour tous les autres métiers, au moins trois entreprises sur cinq demandent soit un diplôme du secondaire général ou professionnel ou aucun diplôme pour occuper les fonctions reliées, y incluant la fonction de contremaître.
- Selon les entreprises interrogées, la formation généralement détenue, surtout dans la production, n'est pas conforme à leurs exigences d'embauche et la grande majorité des employés en production débutent comme aide-pressier ou aide général ou assistant, sans diplôme ou avec un diplôme de secondaire général.
- En matière d'embauche, dans la plupart des métiers analysés, il est plus facile d'entrer dans un poste relié à sa formation dans une petite ou moyenne entreprise et dans une entreprise non syndiquée que dans une grande entreprise syndiquée.
- Dans les faits, les postes en communications graphiques sont souvent comblés par cheminement interne, que la personne ait ou non la scolarité souhaitée.

**FORCES ET OPPORTUNITÉS**

- Le taux d'emploi au sein du secteur des communications graphiques est très élevé dans tous les sous-secteurs et se maintient à près de 90 %. Le taux de chômage est faible, autour de 5 % dans tous les sous-secteurs, alors qu'il est de 7 % pour le Québec.
- Le taux de roulement des employés dans les entreprises en communications graphiques est faible. Les employés interrogés ou sondés se disent généralement satisfaits de l'accueil reçu à leur arrivée en entreprise.
- Les salaires et les avantages sociaux sont généralement bons dans les entreprises du secteur des communications graphiques. Les employés interrogés sont satisfaits de leur horaire de travail (possibilité sur trois jours) et ils trouvent l'environnement de travail stimulant.
- Pratiquement tous les employés sondés perçoivent leur travail comme un emploi permanent. Huit employés syndiqués et neuf employés non syndiqués sur dix se disent fiers de travailler dans leur entreprise.
- Selon les entreprises interrogées, les PME intègrent plus facilement leur personnel diplômé en tenant compte de leur formation. Les entreprises jumellent également un nouvel employé avec un employé expérimenté, pendant plusieurs mois parfois, pour favoriser son intégration et lui permettre d'apprendre le métier.
- Les perspectives d'emploi sont bonnes pour les métiers en demande : représentant, estimateur, chargés de projet, superviseur, pressier et aide-pressier, opérateur d'équipement (finition-reliure et procédés complémentaires).

**FAIBLESSES, CONTRAINTES, MENACES**

- La main-d'œuvre du secteur des communications graphiques dans les sous-secteurs de la fabrication (3222 et 3231) est moins scolarisée que la moyenne des travailleurs québécois : 48 % d'entre elle ne possède pas de formation scolaire qualifiante, soit aucun diplôme ou seulement un DES général (36 % au Québec). De plus, 44 % des employés sondés ne croient pas qu'il est utile de suivre une formation pour exercer leur métier actuel.
- Les groupes de discussion auprès des entreprises et des employés ont reconnu que plusieurs métiers exigeaient maintenant plus de capacités intellectuelles, des habiletés de résolution de problèmes et de meilleures connaissances techniques et informatiques. Plusieurs employés interrogés disent avoir de la difficulté à relever les défis d'apprentissage plus exigeants (numérisation et informatisation) liés aux changements technologiques.
- Les entreprises des communications graphiques seront affectées par les départs à la retraite et la pratique de remplacement par cheminement interne qui souvent impose même aux diplômés de débiter comme aides.
- Le recrutement s'avère difficile, parfois très difficile, pour plusieurs des métiers analysés : superviseur, représentant, estimateur, chargé de projets, pressier et opérateurs divers. Même les aides, pour qui les entreprises ont peu d'exigences de formation ou d'expérience, sont difficiles à recruter.
- Les employés sondés et ceux interrogés dans les groupes de discussion trouvent qu'il n'y a pas assez de formation interne, surtout que les métiers évoluent avec l'arrivée de nouveaux équipements. Ils disent devoir développer de nouvelles compétences et apprendre à résoudre des problèmes. Certains reconnaissent qu'ils ont plus de difficulté à comprendre ce qu'ils font ou à s'ajuster à un nouvel équipement ou à résoudre des problèmes. Les employés disent que les formations offertes sur les nouveaux équipements sont trop superficielles et que ce n'est qu'à l'usage que surviennent les problèmes opérationnels.

**2.4 LA FORMATION**

Les programmes d'études qui conduisent à un diplôme d'études professionnel (les DEP) relèvent de l'ordre d'enseignement secondaire et sont offerts dans des centres de formation professionnelle. Les programmes d'études qui conduisent à un diplôme d'enseignement collégial (DEC), quant à eux, relèvent de l'ordre d'enseignement collégial et sont offerts dans les collèges et les cégeps. Les programmes de formation professionnelle et technique (formation initiale) disponibles pour la formation de la main-d'œuvre du secteur des communications graphiques sont :

- DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie, et le programme qui le remplace, soit le DEC 581.C0 Gestion de projet en communications graphiques
- DEC 570.A0 Graphisme
- DEC 581.A0 Infographie en préimpression
- DEC 581.B0 Techniques de l'impression
- DEP 5221 Procédés infographiques (version anglaise 5721 Desktop publishing)
- DEP 5246 Imprimerie (version anglaise 5746 Printing)
- DEP 5240 Reprographie et façonnage

On retrouve aussi d'autres formations offertes par des établissements académiques : deux diplômes universitaires (BAC en design graphique et Certificat en production industrielle - Communications graphiques) et des attestations d'études collégiales (AEC). L'Institut des communications graphiques du Québec (ICGQ) répond également à divers besoins de formation avec une offre diversifiée de cours spécialisés, soit sur mesure soit en sessions publiques. Enfin, la main-d'œuvre en emploi a accès à des programmes d'apprentissage en milieu de travail (PAMT) et à des formations en entreprise.

**PRINCIPAUX CONSTATS SUR LA FORMATION**

- Le programme d'études DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie qui préparait pour le métier de surveillant d'imprimerie (contremaître) est remplacé depuis septembre 2008 par le nouveau DEC 581.C0 Gestion de projet en communications graphiques qui prépare pour les métiers de représentant, d'estimateur et de chargé de projets.
- Le DEC 570.A0 Graphisme a été conçu pour former des personnes en graphisme pouvant occuper des postes de technicien en graphisme et designer graphique et illustrateur.
- Le DEC 581.A0 Infographie en préimpression vise à former des personnes capables d'effectuer à l'ordinateur la réalisation technique de documents graphiques destinés à être imprimés et reproduits sur des supports d'impression. Les perspectives professionnelles sont les métiers : opérateur d'équipement d'édition, designer graphique et illustrateur, photographeur-clicheur-reporteur et autre personnel de mise en train.
- Le DEC 581.B0 Techniques de l'impression vise à former des personnes aptes à exercer la profession de technicien en impression selon différents procédés d'impression. Le programme prépare aux métiers d'opérateur de presse à imprimer et d'opérateur de machine à imprimer, soit le métier de pressier.
- Le DEP 5221 Procédés infographiques prépare aux métiers d'opérateur d'équipement d'édition, designer graphique et illustrateur, photographeur-clicheur-reporteur et autre personnel de mise en train.
- Le DEP 5246 Imprimerie vise à former des personnes aptes à effectuer la production de différents types d'imprimés à l'aide des presses offset ou sérigraphique. Le programme prépare aux métiers d'opérateur de presse à imprimer et d'opérateur de machine à imprimer.
- Le DEP 5240 Reprographie et façonnage vise à former des personnes pour les métiers d'opérateur de presse à imprimer et opérateur de machines à relier et de finition.
- Les entreprises des communications graphiques ont de véritables besoins de formation et de perfectionnement pour leur personnel de production. L'offre de formation pour les employés en fonction est importante et le CSMOCCG est à l'écoute des besoins de formation des entreprises.

**FORCES ET OPPORTUNITÉS**

- Les personnes diplômées de la plupart des programmes d'études DEP et DEC s'intègrent plutôt bien au marché du travail; ils disent occuper un emploi en lien avec leur formation (près de quatre sur cinq ou plus) et le taux de chômage est généralement faible. Au moins quatre employeurs sondés sur cinq, parmi ceux qui connaissent un programme DEC ou DEP, se disent satisfaits de la formation.
- Les inscriptions au DEC 570.A0 Graphisme sont stables. 93 % des diplômés occupent l'un ou l'autre des deux métiers visés (technicien en graphisme et designer graphique et illustrateur). Les entreprises connaissent bien ce programme (quatre entreprises sondées sur cinq).
- L'intégration au marché du travail des personnes diplômées des programmes DEC 581.B0 Techniques de l'impression et DEP 5246 Imprimerie confirme qu'ils répondent aux besoins des entreprises du secteur des communications graphiques (sept diplômés en emploi sur dix exercent un des métiers visés par la formation).
- Les programmes d'apprentissage en milieu de travail (PAMT) recueillent un niveau de satisfaction très élevé auprès des entreprises qui y ont participé. Elles soulignent, notamment, que ces programmes ont un contenu adapté à leurs besoins et que le compagnonnage permet un apprentissage réel des métiers.

**FAIBLESSES, CONTRAINTES, MENACES**

- Les inscriptions sont en baisse de façon continue depuis 2003 dans les programmes DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie, DEC 581.A0 Infographie en préimpression, DEC 581.B0 Techniques de l'impression, DEP 5221 Procédés infographiques et DEP 5246 Imprimerie.
- Les programmes DEC 581.B0 Techniques de l'impression et le DEP 5246 Imprimerie sont en chevauchement sur deux ordres d'enseignement.
- Le DEP 5240 Reprographie et façonnage est peu fréquenté (entre 14 et 28 inscriptions). Il y a peu de personnes diplômées et leur intégration au marché dans le secteur des communications graphiques est faible.

**3. ENJEUX ET PISTES D'ACTION POUR LE CSMOCCG**

**3.1 ENJEUX**

À la lumière des principaux constats formulés et du diagnostic, nous avons identifié sept enjeux qui apparaissent particulièrement importants.

**Le secteur et son environnement**

- **Changements technologiques.** La recherche de la rentabilité dans un monde de concurrence continuera à marquer le pas pour assurer la rapidité d'exécution et la livraison juste à temps. Dans le courant des changements technologiques, les entreprises des communications graphiques continueront à redéfinir leurs processus, à réviser l'organisation du travail et à restructurer les postes et les métiers. Les principales tendances observées pour les prochaines années sont les suivantes : la recherche de niches, soit dans les produits ou les étapes de production, dans l'archivage et le publipostage; le repositionnement de la presse écrite qui doit faire face à la concurrence des médias électroniques; la multiplication des plateformes de produits finis (physiques et virtuelles); la production virtuelle qui se diversifiera et augmentera; la démocratisation des équipements et des moyens de production qui imposera un positionnement pour des produits de qualité (contenu et présentation), originaux et esthétiques.

- **Fabrication et concurrence internationale.** Les tendances observées entre 2001 et 2006 relativement à la taille du marché de la fabrication en communications graphiques sont un objet de préoccupation. En effet, les expéditions (livraisons) ont baissé de 15,4 %, le poids relatif de l'industrie

dans l'ensemble de la production manufacturière québécoise a baissé de 1,1 point, les exportations ont baissé de 13 % et les importations ont augmenté de 16 %. Le poids des importations sur le marché apparent est passé de 6,5 % à 8,9 % du marché apparent, soit une augmentation relative de 37 %. Ces résultats mettent en évidence la vulnérabilité de l'industrie qui doit composer avec l'appréciation du dollar canadien, le coût des transports et la concurrence des pays émergents.

**Les entreprises**

- **Gestion des ressources humaines dans son ensemble.** Une forte majorité des entreprises du secteur, sauf les plus grandes, manquent cruellement d'outils de gestion des ressources humaines; que ce soit le recrutement, l'accueil et l'intégration, les descriptions de poste, l'évaluation, la rémunération, la planification des besoins de main-d'œuvre et de la relève. Dans un contexte où il est de plus en plus difficile de trouver des employés qualifiés et de les garder, une meilleure gestion des ressources humaines s'avère un atout indispensable. Le Comité sectoriel s'approprie à développer ce genre d'outil pour les PME

**La main-d'œuvre**

- **Qualification de la main-d'œuvre.** Les entreprises, pour demeurer compétitives et innovantes, ne peuvent seulement s'appuyer sur la technologie. Un personnel qui a des connaissances sur les plans technique et informatique, qui a développé de bonnes capacités d'apprendre, peut souvent comprendre plus rapidement l'évolution de son métier et, surtout, intégrer plus rapidement les nouveautés. Il est coûteux de constamment pallier par toutes sortes de formations et de perfectionnements à une formation initiale manquante. Il n'est pas certain que le seul entraînement à la tâche pratiqué largement auparavant (et encore actuellement), qui permet aux employés de cheminer à l'interne, soit efficient pour des métiers qui se redéfinissent au gré des acquisitions d'équipements de plus en plus sophistiqués et performants.
- **Difficulté de recrutement.** Les entreprises du secteur éprouvent d'importantes difficultés à recruter des employés pour occuper plusieurs des métiers analysés : superviseur, représentant, estimateur, chargé de projets, pressier et opérateurs de presse, opérateurs d'équipement de finition-reliure et de procédés complémentaires. À cause de la pénurie de main-d'œuvre, des départs à la retraite et d'un secteur qui attire assez peu les jeunes, mais aussi des horaires difficiles de travail, les entreprises se voient contraintes d'embaucher des personnes qui n'ont souvent pas le niveau de scolarité ou les connaissances souhaitées, ce qui leur impose de compenser par davantage de formation interne. Le recrutement de main-d'œuvre qualifiée devient donc un enjeu de plus en plus crucial pour les entreprises. C'est leur croissance même et celle du secteur dans son ensemble qui sont en jeu.

**La formation**

- **Valorisation et promotion des programmes d'études.** Les programmes d'études proposent des formations qui permettent aux personnes diplômées de développer une variété de compétences pouvant être investies dans des entreprises qui ont besoin de personnel qualifié et en mesure de s'adapter aux changements technologiques. Non seulement faut-il valoriser et promouvoir les programmes auprès des élèves en choix de carrière, mais encore, il faut valoriser l'embauche de personnes diplômées dans les entreprises.
- **Formation des employés en fonction.** L'adaptation des employés aux changements technologiques constitue un défi pour les entreprises. Le secteur des communications graphiques a mis en place des PAMT qui répondent aux besoins de formation des employés de production en poste. Les entreprises ne connaissent pas encore suffisamment ces programmes d'apprentissage en milieu de travail.

**3.2 PISTES D'ACTION POUR LE CSMOCCG**

Du diagnostic et des enjeux émergent six pistes d'action pour le Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec.

**L'enjeu des changements technologiques rappelle que leur intégration en continu demeure un défi important pour les entreprises du secteur des communications graphiques. Bien que l'implantation d'équipement informatisé et automatisé soit de plus en plus la norme dans les entreprises et qu'elles ont fait beaucoup d'acquisition d'équipement au cours des trois dernières années, elles sont encore en mutation.**

**PISTE 1 : Maintenir une veille technologique en appui au secteur et aux entreprises afin de favoriser une intégration en continue des nouvelles technologies.**

Le CSMOCCG doit maintenir la veille technologique qu'il a mise en place ces dernières années afin de :

- Tenir le secteur informé et à jour quant aux développements technologiques qui se poursuivront.
- Maintenir des relations étroites avec les partenaires et les acteurs en recherche et développement, notamment quant à l'analyse de l'évolution des technologies et de son impact sur la main-d'œuvre.

**L'enjeu de la fabrication et de la concurrence internationale interpelle le CSMOCCG. Le diagnostic sectoriel 2008 met en évidence l'accroissement de la concurrence étrangère dans la fabrication en communications graphiques depuis 2001. On observe une baisse des livraisons, une baisse des exportations et une augmentation des importations, autant d'indicateurs de l'importance de la concurrence internationale qui pourrait se maintenir si rien n'est fait.**



8150, boul. Métropolitain Est, bureau 350  
 Montréal, Québec, H1K 1A1  
 Téléphone : 514-387-0788  
 Ligne sans frais : 1-877-387-0788  
 Télécopieur : 514-387-9456  
 Courriel : csmocgq@communicationsgraphiques.org  
 Site web : www.communicationsgraphiques.org

**PISTE 2 : Analyser l'impact sur la main-d'œuvre de la concurrence des pays étrangers dans le secteur des communications graphiques et élaborer des stratégies d'intervention.**

Le CSMOCCG doit :

- Suivre l'évolution des livraisons et l'évolution des importations et des exportations; relever les produits impliqués et les difficultés des entreprises québécoises de la fabrication à cet égard; développer des stratégies de veille économique.

- Appuyer les entreprises en déterminant les créneaux de produits offrant les meilleures opportunités de croissance, notamment les produits de niche, les services de design graphique, l'archivage, la sous-traitance, la présentation sur plusieurs plateformes (physique et virtuelle) d'un même produit. Mettre aussi de l'avant l'importance de soigner les aspects esthétiques de la production pour se distinguer auprès des clients d'ici et d'ailleurs.

**L'enjeu de la gestion des ressources humaines constitue un défi pour les entreprises des communications graphiques. Celles-ci disposent de peu d'outils de gestion des ressources humaines. Cette fonction de gestion n'est pas une priorité de l'industrie qui a déjà beaucoup à faire avec la gestion des opérations. Si les entreprises veulent continuer à implanter les nouvelles technologies avec succès, en tenant compte notamment de l'adaptation de la main-d'œuvre aux nouvelles réalités, elles devront mettre en œuvre de meilleures pratiques en matière de gestion des ressources humaines.**

**PISTE 3 : Produire et diffuser des outils de gestion des ressources humaines afin d'appuyer les entreprises des communications graphiques.**

Le CSMOCCG doit :

- Élaborer des outils de gestion des ressources humaines (recrutement, accueil et intégration, descriptions de poste, évaluation, rémunération, planification des besoins de main-d'œuvre et relève).

- Informer les entreprises sur les mécanismes en place pour maintenir au travail les personnes susceptibles de prendre leur retraite (préretraite et réduction du temps de travail, aménagement d'horaires de travail, etc.).

**Les enjeux de la qualification de la main-d'œuvre, du recrutement et de la formation interpellent le CSMOCCG qui doit appuyer les entreprises du secteur toujours à la recherche de personnel compétent capable de s'adapter, d'apprendre et de faire face aux nouvelles technologies. Or, les entreprises embauchent peu de personnes diplômées, connaissent peu les PAMT et ne rejoignent pas des travailleurs potentiels.**

**De plus, la valorisation du secteur est nécessaire, non seulement pour affronter la concurrence des industries d'autres secteurs d'activités, mais aussi pour remplacer une main-d'œuvre vieillissante. Les personnes à cibler sont : les travailleurs en poste, les élèves en choix de carrière, les femmes, les personnes immigrantes et les travailleurs d'autres secteurs.**

**PISTE 4 : Promouvoir les programmes d'études auprès des entreprises ainsi que la valeur ajoutée de l'embauche de personnes diplômées.**

Le CSMOCCG doit

- Faire connaître les programmes d'études auprès des entreprises et des syndicats et encourager les entreprises à expérimenter la formule d'apprentissages alternance travail-études.
- Favoriser la reconnaissance de la formation des personnes diplômées en encourageant les entreprises à les intégrer dans un processus de cheminement interne accéléré (par rapport à un journalier ou un aide sans formation).

**PISTE 5 : Promouvoir les programmes d'apprentissage en milieu de travail, non seulement pour faire face à l'implantation de nouvelles technologies, mais aussi pour assurer une relève compétente.**

Le CSMOCCG doit :

- Faire connaître les programmes d'apprentissage en milieu de travail (PAMT) et les avantages pour l'entreprise d'investir dans la main-d'œuvre en production.

**PISTE 6 : Valoriser le secteur des communications graphiques et le promouvoir auprès de personnes ciblées.**

Le CSMOCCG doit :

- Mettre à jour les instruments de promotion du secteur et élaborer des instruments différents selon les personnes ciblées : travailleurs en poste dans le secteur, élèves en choix de carrière, femmes, personnes immigrantes, employés d'autres secteurs.

- Dans le cas des métiers de production dans les entreprises de fabrication, un effort particulier de promotion doit viser les femmes, car elles sont encore très minoritaires dans les usines.



**Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec**

# SOMMAIRE

## DIAGNOSTIC 2008

### DU SECTEUR DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES AU QUÉBEC

Octobre 2008



Ce document a été rendu possible grâce à la participation financière d'Emploi-Québec de la Commission des partenaires du marché du travail et du ministère de l'Éducation du Loisir et du Sport

