



DIAGNOSTIC SECTORIEL 2008

SECTEUR DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES

Rapport final

DIAGNOSTIC SECTORIEL 2008



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

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

8150, boul. Métropolitain Est, Bureau 350
Montréal (Québec) H1K 1A1
Téléphone : (514) 387-0788
Télécopieur : (514) 387-9456
Courriel : csmocgq@communicationsgraphiques.org
Site Internet : <http://www.communicationsgraphiques.org>

Cette étude a été réalisée
grâce au soutien financier d'Emploi-Québec
et du ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport.

Emploi
Québec

Éducation,
Loisir et Sport
Québec



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

Octobre 2008

**DIAGNOSTIC 2008
DU SECTEUR DES
COMMUNICATIONS
GRAPHIQUES**

Rapport final

OCTOBRE 2008



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

ÉDITEUR

Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications
graphiques du Québec
Michel Cliche, directeur général
8150, boul. Métropolitain Est, Bureau 350
Montréal (Québec) H1K 1A1
Téléphone : (514) 387-0788
Télécopieur : (514) 387-9456
Courriel : csmocgq@communicationsgraphiques.org
Site Internet : <http://www.communicationsgraphiques.org>

Coordination et communication
Thérèse-Marie Weis, comité sectoriel

EXÉCUTION DU MANDAT

DBSF-DAA Stratégies

Responsable du mandat : Normand Dulude

Directrice du projet : Ginette Ouellette

Analyse des données et rédaction
Simon Bastien
Karine Boulay
Ginette Ouellette

Sondage auprès des entreprises
Bureau d'interviewers professionnels

Conception de la couverture, mise en page et
réalisation graphique
Imprimerie L'empreinte

Impression
Imprimerie L'empreinte

COMITÉ DE SUIVI DES TRAVAUX

André Houde, coprésident patronal
Alain Derome, coprésident syndical
Gilles Blais, administrateur
Stéphane Daigneault, vice-président syndical
Denis Leftakis, administrateur
Daniel Ménard, administrateur
Lucie Michon, chef d'équipe, ministère de l'Éducation, du
Loisir et du Sport
Odette Trépanier, responsable de secteur de formation,
ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport
Michel Cliche, directeur général du CSMOCGQ
Marie Daigneault, conseillère de la Commission des
partenaires du marché du travail
Thérèse-Marie Weis, coordonnatrice du projet, CSMOCGQ

**Cette étude a été réalisée grâce au soutien financier
d'Emploi-Québec et du ministère de l'Éducation, du
Loisir et du Sport.**



ISBN 978-2-9810233-1-5

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Québec, 2008

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Canada, 2008

La forme masculine est employée dans ce document uniquement pour alléger le texte et n'est en aucun cas discriminatoire.

Toute reproduction est autorisée à des fins non commerciales et à la condition d'en mentionner la source :
Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec.

AVANT-PROPOS

Tout comme ce fut fait en 2004, le Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec (CSMO CGQ) se doit de dresser périodiquement le portrait de l'industrie des communications graphiques et de ses ressources humaines au Québec afin de ressortir des pistes d'action qui guideront ses activités pour les prochaines années.

Le « Diagnostic de main-d'œuvre du secteur des communications graphiques du Québec 2008 » revêt une importance manifeste. En effet, la mondialisation de l'économie, la concurrence agressive des autres moyens de communication, et l'évolution rapide et sans cesse croissante des technologies ont généré d'importants changements dans l'industrie depuis quelques années.

Ce portrait de notre industrie, nous offre la possibilité d'anticiper ces changements et de poser des actions stratégiques propices à cette évolution et ce, pour les entreprises qui veulent demeurer concurrentielles, compétitives, productives et innovatrices dans leur savoir-faire.

Afin d'appréhender l'ensemble des problématiques dans sa globalité, des constats ont été établis tant au niveau de l'industrie, qu'au niveau de la main-d'œuvre et de sa formation. Le diagnostic sectoriel se veut donc le portrait de la réalité de l'industrie tout en apportant une vision prospective de son évolution.

Pour pouvoir répondre aux nouveaux besoins les entreprises doivent s'appuyer sur la formation et l'apprentissage qui sont des facteurs nécessaires pour assimiler les changements occasionnés par les nouvelles technologies. Bien entendu, la technologie peut soustraire certaines tâches manuelles mais redéfinit nécessairement le contenu de certaines autres. Quant aux travailleuses et travailleurs, ils doivent eux aussi être à l'affût des nouvelles tendances et développer leurs compétences et habiletés en regard des nouvelles exigences du marché.

Au terme de cette analyse, notre Comité sectoriel agira comme maître d'œuvre et sera l'instigateur de l'ensemble des pistes d'action qui ont été identifiées afin de s'ajuster aux nouvelles exigences de l'industrie et ainsi être en mesure de se doter d'une industrie saine et prospère, visant un tout en terme d'efficacité, de qualité et d'excellence.

Enfin, nous invitons tous les acteurs de notre industrie : entreprises, travailleuses, travailleurs, syndicats, associations, représentants du secteur de l'éducation ou toute personne intéressée et soucieuse du développement de notre industrie, à lire ce diagnostic sectoriel pour connaître la réalité d'ensemble du secteur des communications graphiques au Québec.

Les défis qui nous attendent sont de taille et nous animent tous d'un désir commun, soit celui de produire des biens et des services de qualité au sein d'une industrie qui excelle par son savoir.

Nous tenons à remercier la Commission des partenaires du marché du travail et le ministère de l'Éducation du Loisir et du Sport qui ont financièrement soutenu la réalisation de notre projet de même que l'équipe de réalisation.

Bonne lecture !



André Houde
Coprésident patronal



Alain Derome
Coprésident syndical

REMERCIEMENTS

C'est avec un grand plaisir que nous vous présentons le diagnostic sectoriel 2008. Ce dernier est le résultat de nombreuses heures de travail de la part de plusieurs personnes que nous tenons spécialement à remercier car sans eux, il n'aurait pas été possible de vous présenter un portrait aussi complet de notre secteur.

Tout d'abord, nos remerciements s'adressent à la Commission des partenaires du marché du travail qui par son soutien financier nous a permis de faire une recherche aussi complète et exhaustive. Par ailleurs, nous tenons à souligner le soutien financier du ministère de l'Éducation du Loisir et du Sport qui pour la première fois s'est associé à nous pour réaliser cet immense travail.

Il ne faut surtout pas oublier le comité de suivi de cette étude qui a collaboré avec passion et rigueur à l'élaboration des bases de la recherche et à sa validation. Nous tenons à remercier tout particulièrement: M. Gilles Blais, M. Alain Derome, M. André Houde, M. Denis Leftakis, M. Stéphane Daigneault, M. Daniel Ménard, M. Marie Daigneault, Mme Lucie Michon, Mme Odette Trépanier, Mme Thérèse Marie Weis, et Michel Cliche, qui malgré leurs nombreuses obligations professionnelles ont été fidèles au CSMO-CGQ en offrant généreusement leur temps, leur expérience et leurs recommandations pour orienter le travail des chercheurs.

Nos remerciements vont également aux 350 entreprises qui ont bien voulu répondre au sondage, qui constituait un élément crucial de notre recherche. Sans votre collaboration, la richesse des informations recueillies n'aurait pas été la même. Plus particulièrement, nous remercions les participants au "Focus group" qui par leur participation ont permis de qualifier les enjeux de notre secteur.

Nous souhaitons remercier aussi M. Normand Dulude, Mme Ginette Ouellette et M. Simon Bastien de DBSF, nos consultants, qui ont su livrer dans les délais prescrits ce document qui est la référence qui orientera notre action pour les trois prochaines années.

Soulignons également l'implication de tous les membres du personnel du CSMO-CGQ ainsi que notre équipe de soutien qui ont contribué également à l'élaboration du contenu et à sa validation.

Espérant qu'à la lecture de ce diagnostic du secteur des communications graphiques, tous les intervenants de notre secteur pourront bénéficier des précieuses informations qui y sont contenues et qu'il aidera les décideurs tant du côté patronal que du côté syndical à la prise des décisions qui toucheront notre main-d'œuvre d'aujourd'hui et de demain.



Michel B. Cliche, CAE
Directeur général

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

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Membres du conseil d'administration du Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques (CSMOCGQ)

Représentants des employeurs

Yves Audet	Au point-Reprotech	Administrateur
Gilles Blais	Imprimerie Precigrafik inc.	Administrateur
Luc Cantin	Scientific Games	Administrateur
Robert Daunais	Groupe Infographie Plus	Administrateur
Daniel Gendron	Transcontinental Litho Acme/ O'Keefe	Administrateur
André Houde	K2 limpressions	Co-président patronal
Danny Lynch	Imprimerie Pazazz	Vice-président patronal
Denis Leftakis	Pub Cité imprimerie	Administrateur
Pierre Rioux	Québecor World Montréal	Administrateur

Représentants associatifs de salariés syndiqués

Stéphane Daigneault	Section locale 145, SCEP, FTQ	Vice-président syndical
Alain Derome	Teamsters Conférence des communications graphiques Section locale 555M, FTQ	Co-président syndical
Daniel Ménard	Fédération des travailleurs du papier et de la forêt (FTPF) - CSN	Administrateur
Stéphane Pimparé	Fédération des travailleurs du papier et de la forêt (FTPF) - CSN	Administrateur
Jean-Christian Dufresne	Section locale 145, SCEP, FTQ	Administrateur

Représentants associatifs sectoriels ou professionnels

Marie Ménard	APSST – secteur imprimerie et activités connexes	Administratrice
Michel Morin	Imprime-Emploi	Administrateur
Benoît Pothier	Les artisans des arts graphiques de Montréal	Secrétaire trésorier

Représentants du CSMOCGQ (membres non votants)

Michel Cliche	Comité sectoriel de la main-d'œuvre des communications graphiques	Directeur général et secrétaire exécutif
Marie Daigneault	Direction du développement des compétences et de l'intervention sectorielle, Commission des partenaires du marché du travail	Conseillère
Thérèse Marie Weis	Comité sectoriel de la main-d'œuvre des communications graphiques	Secrétaire d'assemblée et coordonnatrice

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE	XV
1 INTRODUCTION.....	1
1.1 Contexte de réalisation	1
1.2 Objectifs du mandat	5
1.3 Délimitation du champ de l'étude sectorielle	5
1.4 Contenu du présent document.....	6
1.5 Méthodologie	7
2 PORTRAIT DU SECTEUR DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES	11
2.1 Structure et caractéristiques du secteur et des entreprises.....	11
2.1.1 Secteurs d'activité et types d'entreprise	11
2.1.2 Nombre d'entreprises et répartition	14
2.1.3 Données économiques	17
2.1.4 Contexte commercial et concurrentiel.....	21
2.2 Production, technologies et recherche-développement.....	26
2.2.1 Procédés d'impression et de finition	26
2.2.2 Chaîne de production	28
2.2.3 Technologies de production et recherche-développement.....	34
2.2.4 Normes de qualité	38
2.2.5 Tendances en matière de produits	39
2.3 Gestion des ressources humaines	41
2.3.1 Service et responsable des ressources humaines	41
2.3.2 Recrutement	43
2.3.3 Accueil et intégration	43
2.3.4 Descriptions de poste et évaluation	45
2.3.5 Organisation du travail	46
2.3.6 Conditions de travail	48
2.3.7 Roulement	52
2.3.8 Santé et sécurité au travail.....	53
2.3.9 Communication employeurs-travailleurs.....	57
2.3.10 Relations et climat de travail.....	59
2.3.11 Planification et gestion prévisionnelle de la main-d'œuvre	62
3 PROFIL DE LA MAIN-D'ŒUVRE.....	64
3.1 Avant-propos : contraintes méthodologiques	64
3.2 Caractéristiques sociodémographiques de la main-d'œuvre	67
3.3 Principales fonctions de travail (métiers et professions)	74
3.3.1 Fonctions de travail par secteur d'activité.....	74
3.3.2 Évolution générale des métiers	83
3.4 Description de certaines fonctions de travail clés.....	86
3.4.1 Représentant, estimateur et chargé de projets	86
3.4.2 Concepteur graphiste, graphiste et infographiste.....	94
3.4.3 Contremaître/superviseur en imprimerie	103
3.4.4 Pressier/opérateur de presse	111
3.4.5 Opérateur	123

3.4.6	Aide-pressier, assistant ou manœuvre	135
4	FORMATION	143
4.1	Présentation des programmes de formation initiale : DEP et DEC.....	143
4.1.1	DEC Techniques de gestion de l'imprimerie et DEC Gestion de projet en communications graphiques	143
4.1.2	DEC Graphisme	149
4.1.3	DEC Infographie en préimpression	153
4.1.4	DEC Techniques de l'impression.....	157
4.1.5	DEP Procédés infographiques.....	161
4.1.6	DEP Imprimerie.....	165
4.1.7	DEP Reprographie et façonnage.....	168
4.2	Notoriété et satisfaction face à la formation initiale.....	171
4.2.1	Notoriété des programmes	171
4.2.2	Embauche des personnes diplômées	172
4.2.3	Satisfaction des employeurs et adéquation aux besoins du marché du travail	174
4.3	Autres programmes de formation initiale et continue	181
4.3.1	Programmes universitaires	181
4.3.2	Attestations d'études collégiales.....	181
4.4	Programmes offerts en institutions.....	182
4.4.1	Institut des communications graphiques du Québec.....	182
4.5	Programmes d'apprentissage en milieu de travail	184
4.5.1	Présentation.....	184
4.5.2	Notoriété et satisfaction face aux PAMT	184
4.6	Attestation de formation de Imprime-Emploi.....	186
4.7	Formation interne.....	186
4.7.1	Plan de formation	186
4.7.2	Formations données par les entreprises	187
4.7.3	Évaluation de la formation par les employés.....	189
4.8	Chevauchements dans les programmes d'études.....	190
5	DIAGNOSTIC ET ENJEUX	193
5.1	Principaux constats.....	193
5.2	Forces et opportunités	198
5.3	Faiblesses, contraintes et menaces	200
5.4	Enjeux.....	202
5.5	Pistes d'action pour le CSMOCGQ.....	204
	ANNEXE 1 – BIBLIOGRAPHIE ET SITES INTERNET CONSULTÉS.....	207
	ANNEXE 2 – PRINCIPAUX ORGANISMES ET ENTREPRISES CONSULTÉS.....	209
	ANNEXE 3 – GUIDES D'ENTREVUE ET D'ANIMATION	210

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1.1 – Répartition des entreprises de la base de données du CSMOCGQ et des entreprises sondées selon le nombre d'employés.....	8
Tableau 1.2 – Répartition par secteur SCIAN des entreprises de la base de données du CSMOCGQ et des entreprises sondées	9
Tableau 1.3 – Répartition des employés sondés selon le métier exercé	10
Tableau 2.1 – Entreprises du secteur des communications graphiques –répartition par secteur d'activité et par taille	15
Tableau 2.2 – Entreprises du secteur des communications graphiques – répartition par région administrative	16
Tableau 2.3 – Marché québécois des produits en papier transformé (SCIAN 3222) et de l'impression (SCIAN 3231), de 2001 à 2006	18
Tableau 2.4 – Valeur ajoutée dans le marché québécois des produits en papier transformé (SCIAN 3222) et de l'impression (SCIAN 3231) de 2001 à 2006	20
Tableau 2.5 – Ratio salaires des employés de production/expéditions de 2001 à 2006	21
Tableau 2.6 – Principaux changements survenus dans les marchés	22
Tableau 2.7 – Entreprises du secteur des communications graphiques : activités de vente au Québec et au Canada	25
Tableau 2.8 – Entreprises du secteur des communications graphiques : activités d'exportation et destination des exportations (extérieur du Canada)	25
Tableau 2.9 – Étapes de production et procédés d'impression présents dans les entreprises sondées.....	33
Tableau 2.10 – Principaux changements survenus au plan technique.....	36
Tableau 2.11 – Présence d'un service des ressources humaines et personne responsable de cette fonction.....	41
Tableau 2.12 – Intérêt à ce que le CSMOCGQ produise des outils en gestion des ressources humaines pour les entreprises du secteur	42
Tableau 2.13 – Existence d'une politique d'embauche	43
Tableau 2.14 – Existence d'un processus d'accueil et d'intégration des nouveaux employés	43
Tableau 2.15 – Existence d'un manuel d'employé ou d'un document expliquant les procédures et les règlements de l'entreprise	44
Tableau 2.16 – Évaluation de l'accueil et de l'intégration par les employés sondés	45
Tableau 2.17 – Existence de descriptions de poste dans les entreprises	46
Tableau 2.18 – Mise en place d'outils d'évaluation du rendement des employés de production/des opérations	46
Tableau 2.19 – Polyvalence et spécialisation des employés de production/opérations.....	47
Tableau 2.20 – Principaux changements survenus sur le plan de l'organisation du travail	48
Tableau 2.21 – Existence d'une politique de rémunération bien établie et définie.....	48
Tableau 2.22 – Salaires des principaux métiers en communications graphiques	50
Tableau 2.23 – Perception, par les employeurs, de la satisfaction des employés face à leurs conditions de travail.....	51
Tableau 2.24 – Évaluation des conditions de travail par les employés sondés	51
Tableau 2.25 – Durée moyenne en emploi des employés recrutés pour un poste à temps plein ..	52
Tableau 2.26 – Évaluation de l'environnement physique de travail par les employés sondés	53
Tableau 2.27 – Connaissance des règlements sur la santé et la sécurité au travail par tous les employés	55
Tableau 2.28 – Organisation d'activités de prévention en santé et sécurité au travail (comité en SST, information et formation, vidéo, etc.).....	55
Tableau 2.29 – Documentation des incidents et accidents de travail survenus dans l'entreprise...	56
Tableau 2.30 – Évaluation de la santé et de la sécurité au travail par les employés sondés.....	57
Tableau 2.31 – Moyens de communication des renseignements aux employés.....	58

Tableau 2.32 – Évaluation de la communication par les employés sondés	58
Tableau 2.33 – Présence de syndicats regroupant les travailleurs de production/d'opération.....	59
Tableau 2.34 – Perception du climat de travail par les employeurs	60
Tableau 2.35 – Évaluation du climat de travail par les employés sondés.....	60
Tableau 2.36 – Perception générale de leur emploi et du secteur par les employés sondés.....	61
Tableau 2.37 – Planification des besoins de main-d'œuvre à court, moyen et long terme	63
Tableau 3.1 – Secteurs SCIAN en lien avec les communications graphiques : contraintes méthodologiques	65
Tableau 3.2 – Métiers et professions en communications graphiques : correspondance avec les codes de la CNP	66
Tableau 3.3 – Nombre d'employés dans le domaine des communications graphiques.....	68
Tableau 3.4 – Caractéristiques sociodémographiques de la main-d'œuvre en communications graphiques.....	69
Tableau 3.5 – Scolarité des employés sondés et comparaison avec le SCIAN 3231	72
Tableau 3.6 – Répartition des emplois en communications graphiques selon le niveau de qualification requis	73
Tableau 3.7 – Métiers et professions de la CNP compris dans le SCIAN 3222 - fabrication de produits en papier transformé.....	75
Tableau 3.8 – Métiers et professions de la CNP compris dans le SCIAN 3231 - impression et activités connexes de soutien	76
Tableau 3.9 – Métiers et professions de la CNP compris dans le SCIAN 5111 - éditeurs de journaux, périodiques, livres et répertoires	77
Tableau 3.10 – Métiers et professions de la CNP compris dans le SCIAN 5414 - services spécialisés de design.....	78
Tableau 3.11 – Métiers et professions de la CNP compris dans le SCIAN 5614 - services de soutien aux entreprises	79
Tableau 3.12 – Principaux métiers et professions en communications graphiques compris dans les secteurs SCIAN 3222, 3231, 5111, 5414 et 5614, en fonction des codes de la CNP82	
Tableau 3.13 – Proportion des 350 entreprises sondées qui ont à leur emploi au moins un représentant, un estimateur et un chargé de projets	87
Tableau 3.14 – Formation scolaire exigée à l'embauche d'un représentant, d'un estimateur et d'un chargé de projets dans les entreprises sondées.....	89
Tableau 3.15 – Expérience demandée à l'embauche d'un représentant, d'un estimateur et d'un chargé de projets dans les entreprises sondées.....	90
Tableau 3.16 – Difficulté de recrutement d'un représentant, d'un estimateur et d'un chargé de projets dans les entreprises sondées	92
Tableau 3.17 – Évolution prévue du nombre de représentants, d'estimateurs et de chargés de projets dans les entreprises sondées, au cours des trois prochaines années.....	93
Tableau 3.18 – Proportion des 350 entreprises sondées qui ont à leur emploi au moins un concepteur graphique, un graphiste ou un infographiste	95
Tableau 3.19 – Formation scolaire exigée à l'embauche d'un concepteur graphique, d'un graphiste ou d'un infographiste dans les entreprises sondées.....	96
Tableau 3.20 – Expérience demandée à l'embauche d'un concepteur graphique, d'un graphiste ou d'un infographiste dans les entreprises sondées	97
Tableau 3.21 – Difficulté de recrutement d'un concepteur graphique, d'un graphiste ou d'un infographiste dans les entreprises sondées	99
Tableau 3.22 – Statistiques sociodémographiques : techniciens en graphisme (infographistes) (CNP 5223) et designers graphiques et illustrateurs (concepteurs graphiques) (CNP 5241)	100
Tableau 3.23 – Répartition des techniciens en graphisme (infographistes) (CNP 5223) et des designers graphiques et illustrateurs (concepteurs graphiques) (CNP 5241) par sous-secteur SCIAN	101

Tableau 3.24 – Évolution prévue du nombre de concepteurs graphique, de graphistes ou d'infographistes dans les entreprises sondées, au cours des trois prochaines années	103
Tableau 3.25 – Proportion des 350 entreprises sondées qui ont à leur emploi au moins un contremaître en imprimerie	104
Tableau 3.26 – Formation scolaire exigée à l'embauche d'un contremaître en imprimerie dans les entreprises sondées.....	105
Tableau 3.27 – Expérience demandée à l'embauche d'un contremaître en imprimerie dans les entreprises sondées.....	106
Tableau 3.28 – Difficulté de recrutement d'un contremaître en imprimerie dans les entreprises sondées.....	107
Tableau 3.29 – Statistiques sociodémographiques : surveillants de l'imprimerie et personnel assimilé (contremaîtres/superviseurs) (CNP 7218)	108
Tableau 3.30 – Répartition des surveillants de l'imprimerie et personnel assimilé (contremaîtres/superviseurs) par sous-secteur SCIAN	109
Tableau 3.31 – Évolution prévue du nombre de contremaîtres en imprimerie dans les entreprises sondées, au cours des trois prochaines années	110
Tableau 3.32 – Proportion des 350 entreprises sondées qui ont à leur emploi au moins un pressier et un opérateur de presse numérique.....	113
Tableau 3.33 – Formation scolaire exigée à l'embauche d'un pressier et d'un opérateur de presse numérique dans les entreprises sondées.....	115
Tableau 3.34 – Expérience demandée à l'embauche d'un pressier et d'un opérateur de presse numérique dans les entreprises sondées.....	116
Tableau 3.35 – Difficulté de recrutement d'un pressier et d'un opérateur de presse numérique dans les entreprises sondées	118
Tableau 3.36 – Statistiques sociodémographiques : opérateurs de presse à imprimer (CNP 7381) et opérateurs de machines à imprimer (CNP 9471) (pressiers/opérateurs de presse et de presse numérique)	119
Tableau 3.37 – Répartition des opérateurs de presse à imprimer (CNP 7381) et des opérateurs de machines à imprimer (CNP 9471) (pressiers/ opérateurs de presse et de presse numérique) par sous secteur	120
Tableau 3.38 – Évolution prévue du nombre de pressiers et d'opérateurs de presse numérique dans les entreprises sondées, au cours des trois prochaines années.....	121
Tableau 3.39 – Proportion des 350 entreprises sondées qui ont à leur emploi au moins un opérateur de prépresse, de finition-reliure et de procédés complémentaires	126
Tableau 3.40 – Formation scolaire exigée à l'embauche d'un opérateur de prépresse, de finition-reliure et de procédés complémentaires dans les entreprises sondées	128
Tableau 3.41 – Expérience demandée à l'embauche d'un opérateur de prépresse, de finition-reliure et de procédés complémentaires dans les entreprises sondées.....	129
Tableau 3.42 – Difficulté de recrutement d'opérateur de prépresse, de finition-reliure et de procédés complémentaires dans les entreprises sondées.....	130
Tableau 3.43 – Statistiques sociodémographiques : photograpeurs-clicheurs, photograpeurs-reporters (opérateurs de prépresse, dont pelliculeurs et brûleurs de plaques) (CNP 9472) et opérateurs de machines à relier et de finition (CNP 9473).....	131
Tableau 3.44 – Répartition des photograpeurs-clicheurs, photograpeurs-reporters (opérateurs de prépresse, dont pelliculeurs et brûleurs de plaques) (CNP 9472) et des opérateurs de machines à relier et de finition (CNP 9473) par sous-secteur SCIAN	132
Tableau 3.45 – Évolution prévue du nombre d'opérateurs de prépresse, de finition-reliure et de procédés complémentaires dans les entreprises sondées, au cours des trois prochaines années.....	134
Tableau 3.46 – Proportion des 350 entreprises sondées qui ont à leur emploi au moins un aide-pressier, un assistant ou un manoeuvre	137

Tableau 3.47 – Formation scolaire exigée à l’embauche d’un aide-pressier, d’un assistant ou d’un manœuvre dans les entreprises sondées	139
Tableau 3.48 – Expérience demandée à l’embauche d’un aide-pressier, d’un assistant ou d’un manœuvre dans les entreprises sondées	139
Tableau 3.49 – Difficulté de recrutement d’un aide-pressier, d’un assistant ou d’un manœuvre dans les entreprises sondées	141
Tableau 3.50 – Évolution prévue du nombre d’aides-pressiers, d’assistants ou de manœuvres dans les entreprises, sondées au cours des trois prochaines années	141
Tableau 4.1 – Données générales sur le DEC 581.08 Techniques de gestion de l’imprimerie et le DEC 581.C0 Gestion de projet en communications graphiques.....	144
Tableau 4.2 – Contenu du DEC 581.08 Techniques de gestion de l’imprimerie (ancien programme)	145
Tableau 4.3 – Contenu du DEC 581.C0 Gestion de projet en communications graphiques (nouveau programme).....	146
Tableau 4.4 – Inscriptions en première année au DEC 581.08 Techniques de gestion de l’imprimerie de 2003-2005 à 2007-2008.....	147
Tableau 4.5 – Données sur l’intégration au marché du travail des personnes diplômées du DEC 581.08 Techniques de gestion de l’imprimerie de 2004-2005 à 2006-2007.....	147
Tableau 4.6 – Types d’emplois occupés par les personnes diplômées du DEC 581.08 Techniques de gestion de l’imprimerie, promotion 2006-2007	148
Tableau 4.7 – Secteurs d’activité économique des entreprises employant les personnes diplômées du DEC 581.08 Techniques de gestion de l’imprimerie, promotion 2005-2006	148
Tableau 4.8 – Données générales sur le DEC 570.A0 Graphisme	149
Tableau 4.9 – Contenu du DEC 570.A0 Graphisme	150
Tableau 4.10 – Inscriptions en première année au DEC 570.A0 Graphisme, de 2003-2004 à 2007-2008	151
Tableau 4.11 – Données sur l’intégration au marché du travail des personnes diplômées du DEC 570.A0 Graphisme, 2004-2005 à 2006-2007	151
Tableau 4.12 – Types d’emplois occupés par les personnes diplômées du DEC 570.A0 Graphisme, promotion 2006-2007	152
Tableau 4.13 – Secteurs d’activité économique des entreprises employant les personnes diplômées du DEC 570.A0 Graphisme, promotion 2005-2006	152
Tableau 4.14 – Données générales sur le DEC 581.A0 Infographie en préimpression	153
Tableau 4.15 – Contenu du DEC 581.A0 Infographie en préimpression	154
Tableau 4.16 – Inscriptions en première année au DEC 581.A0 Infographie en préimpression, de 2003-2004 à 2007-2008	155
Tableau 4.17 – Données sur l’intégration au marché du travail des personnes diplômées du DEC 581.A0 Infographie en préimpression, 2004- 2005 à 2006-2007	155
Tableau 4.18 – Types d’emplois occupés par les personnes diplômées du DEC 581.A0 Infographie en préimpression, promotion 2006-2007.....	156
Tableau 4.19 – Secteurs d’activité économique des entreprises employant les personnes diplômées du DEC 581.A0 Infographie en préimpression, promotion 2005-2006	156
Tableau 4.20 – Données générales sur le DEC 581.B0 Techniques de l’impression	157
Tableau 4.21 – Contenu du DEC 581.B0 Techniques de l’impression	158
Tableau 4.22 – Inscriptions en première année au DEC 581.B0 Techniques de l’impression, de 2003-2004 à 2007-2008	159
Tableau 4.23 – Données sur l’intégration au marché du travail des personnes diplômées du DEC 581.B0 Techniques de l’impression, 2004- 2005 à 2006-2007	159
Tableau 4.24 – Types d’emplois occupés par les personnes diplômées du DEC 581.B0 Techniques de l’impression, promotion 2006-2007	160
Tableau 4.25 – Secteurs d’activité économique des entreprises employant les personnes diplômées du DEC 581.B0 Techniques de l’impression, promotion 2005-2006.....	160

Tableau 4.26 – Données générales sur le DEP 5221 Procédés infographiques.....	161
Tableau 4.27 – Contenu du DEP 5221 Procédés infographiques	162
Tableau 4.28 – Inscriptions en première année au DEP 5221 Procédés infographiques, de 2003-2004 à 2006-2007	163
Tableau 4.29 – Données sur l'intégration au marché du travail des personnes diplômées du DEP 5221 Procédés infographiques, 2004-2005 à 2006-2007	163
Tableau 4.30 – Types d'emplois occupés par les personnes diplômées du DEP 5221 Procédés infographiques, promotion 2006-2007	164
Tableau 4.31 – Secteurs d'activité économique des entreprises employant les personnes diplômées du DEP 5221 Procédés infographiques, promotion 2005-2006	164
Tableau 4.32 – Données générales sur le DEP 5246 Imprimerie	165
Tableau 4.33 – Contenu du DEP 5246 Imprimerie	166
Tableau 4.34 – Inscriptions en première année au DEP 5246 Imprimerie, de 2003-2004 à 2006-2007	166
Tableau 4.35 – Données sur l'intégration au marché du travail des personnes diplômées du DEP 5246 Imprimerie, 2004-2005 à 2006-2007	167
Tableau 4.36 – Types d'emplois occupés par les personnes diplômées du DEP 5246 Imprimerie, promotion 2006-2007	168
Tableau 4.37 – Secteurs d'activité économique des entreprises employant les personnes diplômées du DEP 5246 Imprimerie, promotion 2005-2006	168
Tableau 4.38 – Données générales sur le DEP 5240 Reprographie et façonnage	169
Tableau 4.39 – Contenu du DEP 5240 Reprographie et façonnage.....	169
Tableau 4.40 – Inscriptions en première année au DEP 5240 Reprographie et façonnage, de 2003-2004 à 2006-2007	170
Tableau 4.41 – Données sur l'intégration au marché du travail des personnes diplômées du DEP 5240 Reprographie et façonnage, 2004-2005 à 2006-2007.....	170
Tableau 4.42 – Secteurs d'activité économique des entreprises employant les personnes diplômées du DEP 5240 Reprographie et façonnage, promotion 2005-2006.....	171
Tableau 4.43 – Notoriété des programmes de formation initiale (DEC et DEP) par les 350 entreprises sondées.....	171
Tableau 4.44 – Embauche, depuis trois ans, de diplômés des programmes de formation initiale (DEC et DEP) par les entreprises sondées qui connaissent ces programmes.....	172
Tableau 4.45 – Satisfaction des entreprises sondées, qui ont embauché des diplômés, face aux programmes de formation initiale (DEC et DEP)	174
Tableau 4.46 – Notoriété, utilisation et satisfaction face aux PAMT dans les 350 entreprises sondées.....	185
Tableau 4.47 – Existence d'un plan de formation structuré	187
Tableau 4.48 – Formations internes données par les entreprises (groupes de discussion et entrevues individuelles).....	187
Tableau 4.49 – Formations internes données par les entreprises ayant répondu au sondage	188
Tableau 4.50 – Évaluation générale de la formation interne par les employés sondés.....	189
Tableau 4.51 – Évaluation spécifique de certaines formations internes par les employés sondés	190
Tableau 4.52 – Perspectives professionnelles associées aux programmes de formation initiale..	191
Tableau 4.53 – Comparaison des inscriptions au DEC 581.A0 et DEP 5221	192
Tableau 4.54 – Comparaison des inscriptions au DEC 581.B0 et DEP 5246	192

LISTE DES FIGURES

Figure 1 – Secteur des communications graphiques – chaîne de production.....	xvii
Figure 2.1 – Secteur des communications graphiques – chaîne de production	29

LISTE DES ACRONYMES

ACI	Association canadienne de l'imprimerie
AEC	Attestation d'études collégiales
AEIQ	Association des enseignants en imprimerie du Québec
AFP	Attestation de formation professionnelle
ALENA	Accord de libre-échange nord-américain
AQF	Association québécoise de flexographie
APSST	Association paritaire de santé et sécurité au travail
ASP	Attestation de spécialisation professionnelle
ATE	Alternance travail-études
CFP	Centre de formation professionnelle
CNP	Classification nationale des professions
CPMT	Commission des partenaires du marché du travail
CRIQ	Centre de recherche industrielle du Québec
CSIC	Conseil sectoriel de l'imprimerie du Canada
CSMOCGQ	Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec
CSN	Confédération des syndicats nationaux
CSST	Commission de la santé et de la sécurité du travail
DDCMT	Direction du développement des compétences en milieu de travail
DDCIS	Direction du développement des compétences et de l'intervention sectorielle
DEC	Diplôme d'études collégiales
DEP	Diplôme d'études professionnelles
DES	Diplôme d'études secondaires
DGDMO	Direction générale du développement de la main-d'œuvre
FNFMO	Fonds national pour la formation de la main-d'œuvre
FSC	Forest Stewardship Council
FTQ	Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec
FTFP	Fédération des travailleurs du papier et de la forêt
GRACOL	General Requirements for Applications in Commercial Offset Lithography
ICGQ	Institut des communications graphiques du Québec
QI	Québec imprimerie
MDEIE	Ministère du Développement Économique de l'Innovation et de l'Exportation du Québec
MELS	Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport du Québec
MESS	Ministère de l'Emploi et Solidarité sociale
PAMT	Programme d'apprentissage en milieu de travail
R-D	Recherche et développement
SCIAN	Système de classification des industries de l'Amérique du Nord
SDGQ	Société des designers graphistes du Québec

SOMMAIRE

Le diagnostic sectoriel 2008 publié par le Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques (CSMOCGQ) 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 structuraux 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.

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

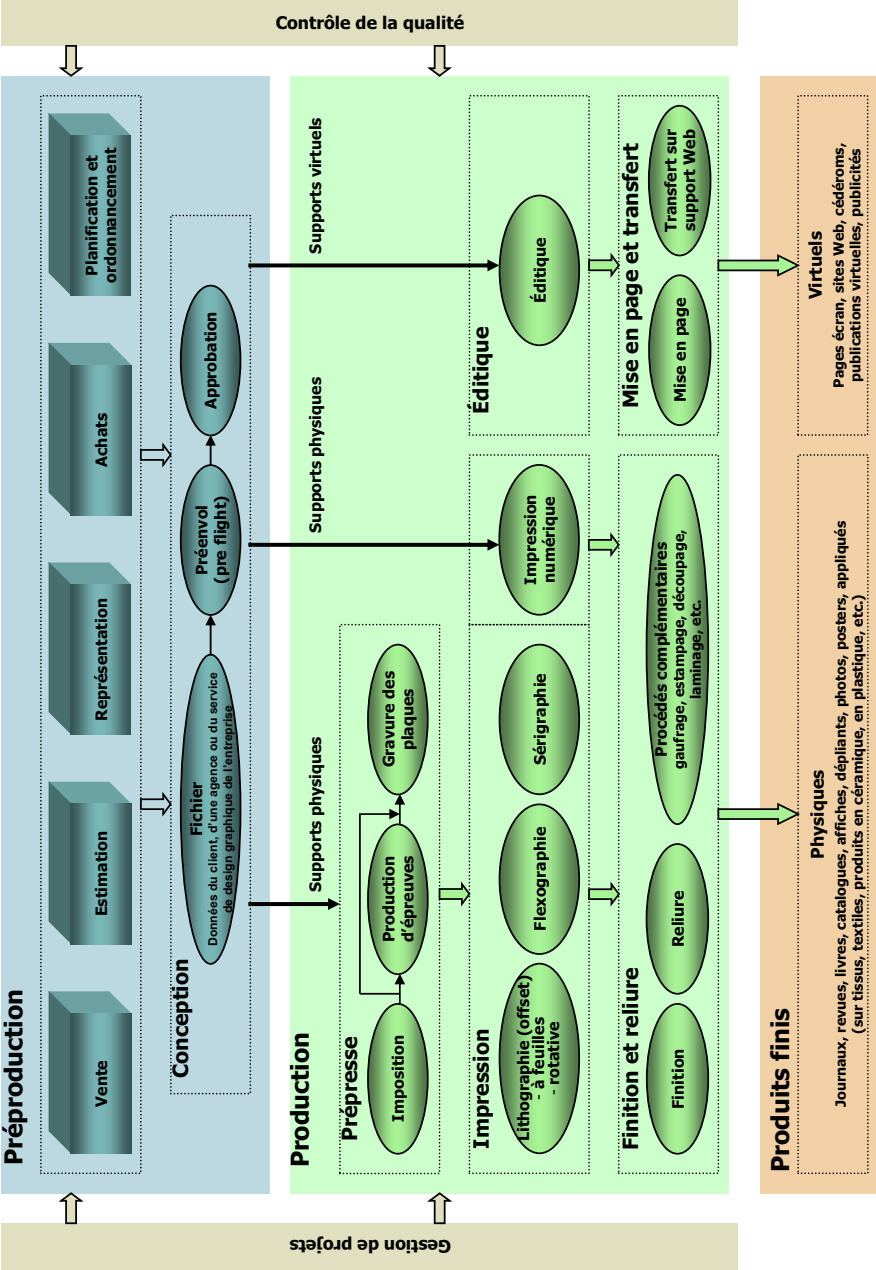
Les produits finis des communications graphiques se présentent sur support physique ou sur support virtuel. Les imprimés physiques prennent la forme de produits tels que journaux, revues, affiches, dépliants, et appliqués divers sur tissus, textiles, céramique, plastique. Les produits virtuels, de plus 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.

Le schéma présenté à la figure 1 illustre les différentes étapes de la chaîne de production dans le secteur des communications graphiques et tient 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.

Figure 1 – Secteur des communications graphiques – chaîne de production



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, préenvol et approbation par le client), le prépresse ne comprend plus que les activités suivantes : imposition, production d'épreuves, gravure des plaques. Et 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.

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)	
Étapes de la chaîne graphique incluses dans le processus de production				
Prépresse	70 %	80 %	71 %	78 %
Impression	100 %	87 %	49 %	81 %
Finition reliure	25 %	75 %	29 %	63 %
Procédés complémentaires	65 %	53 %	24 %	49 %
A recours à la sous-traitance dans le prépresse	35 %	46 %	40 %	44 %
Procédés d'impression utilisés				
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

Auparavant, 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 de 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.
- La presse écrite fait face à la concurrence des médias électroniques et des journaux gratuits. La tendance est à la baisse dans les recettes publicitaires des imprimés et journaux qui ont fait toutes les économies possibles.

2.2 LES ENTREPRISES DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES

Au tableau 2, les entreprises des différents SCIAN du secteur des communications graphiques sont réparties 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 d'employés	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
Total	87	100,0	1 185	100,0	316	100,0	559	100,0	184	100,0	2 331	100,0
% par SCIAN		3,7		50,8		13,6		24,0		7,8		100,0
Nombre d'établissements	124	4,7	1 278	48,7	449	17,2	564	21,5	207	7,9	2 622	100,0

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 du marché du travail, Québec.

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 World 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 (87 % et 96 % dans les autres SCIAN) et une entreprise sur cinq est grande ou très grande (entre 0 % et 2 % dans les autres SCIAN).
- 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 % des 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 créniaux : 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 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 continuels. 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 % de tous les emplois.

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 %	
Personnes occupées dans le secteur des CG	6 669	26 625	11 606	7 035	4 098	56 033
Répartition %	11,9	47,5	20,7	12,6	7,3	100,0

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.

Comme l'illustre le tableau 4, pour 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, encarteuse-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-reporter (certains opérateurs de prépresse dont pelliculeur et brûleur de plaque), avec 655 personnes, opérateur d'équipement d'éditique (opérateur de prépresse – typographe), avec 415 personnes, et développeur de films et photographies (opérateur de prépresse – tireur d'épreuves), avec 50 personnes.

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 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 des cinq secteurs d'activité
7381 Opérateurs de presse à imprimer (pressiers/opérateurs de presse)	550	5 865	520	25	85	7 045
5241 Designers graphiques et illustrateurs (designers/concepteurs graphiques)	25	760	590	3 215	50	4 640
5223 Techniciens en graphisme (infographistes/techniciens en graphisme)	25	1 485	700	810	55	3 075
6411 Représentants des ventes non techniques (représentants et estimateurs)	245	1 250	1 250	25	175	2 945
9473 Opérateurs de machines à relier et de finition de pleuse-colleuse, massicot, encarteuse-piqueuse, presse à procédés complémentaires, etc.)	75	2 490	25	0	25	2 615
9619 Autres manœuvres des services de transformation, de fabrication et d'utilité publique (aides-pressiers/assistants/manœuvres)	350	1 180	0	0	25	1 555
9471 Opérateurs de machines à imprimer (pressiers/opérateurs de presse numérique)	150	1 290	25	25	50	1 540
7218 Surveillants de l'imprimerie et du personnel assimilé (superviseurs/contremaîtres)	25	1 295	75	25	25	1 445
0911 Directeurs de la fabrication (directeurs de la production/des opérations)	340	675	0	0	25	1 040
9472 Photogreveurs-clicheurs, photogreveurs-reporteurs (certains opérateurs de prépresse dont pelliculeurs et brûleurs de plaques)	25	580	25	0	25	655
1423 Opérateurs d'équipement d'édition et personnel assimilé (opérateurs de prépresse - typographes)	25	170	195	0	25	415
9474 Développeurs de films et de photographies (opérateurs de prépresse - tireurs d'épreuves)	0	25	25	0	0	50

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.

Note : pour les CNP où il y a entre 50 et 99 personnes, nous avons émis l'hypothèse de 75; pour ceux où il y a entre 1 et 49 personnes, nous avons émis l'hypothèse de 25.

PRINCIPAUX CONSTATS SUR LA MAIN-D'ŒUVRE

- Un total de 56 033 personnes occupent un emploi du secteur des communications graphiques, ce qui représente 1,5 % de la main-d'œuvre du Québec. Ces personnes se répartissent ainsi : 47,5 % dans l'imprimerie et des activités connexes de soutien (3231), 20,7 % dans l'édition (5111), 12,6 % dans les services spécialisés de design (5414), 11,9 % dans la fabrication de produits en carton transformé (3222) et 7,3 % dans les services de soutien aux entreprises (5614).
- La main-d'œuvre en communications graphiques est concentrée et surreprésentée à Montréal et dans la Montérégie. Ces deux régions regroupent 50 % des emplois de l'impression et activités connexes de soutien (3231), 56 % des emplois de l'édition (5111) et 63 % des emplois des services spécialisés de design (5414), alors qu'elles comptent 43 % de la main-d'œuvre québécoise.
- Les syndicats ne sont pas présents dans les entreprises de moins de 5 employés et leur présence est faible dans les entreprises de 5 à 19 employés (15 %). Par contre, ils sont très présents dans les entreprises de 50 à 99 employés (68 %) et de 100 employés et

plus (80 %). Les syndicats sont surtout présents dans le sous-secteur de la fabrication du papier transformé (SCIAN 3222).

- L'informatisation et la numérisation de l'équipement, et par conséquent des étapes de production, ont transformé le travail des employés. 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.
- La main-d'œuvre qui travaille dans les sous-secteurs manufacturiers des communications graphiques (produits en papier transformé impression et activités connexes de soutien) a le profil suivant : très majoritairement masculine, travaillant à plein temps, plutôt âgée (principalement entre 45 et 64 ans) et ayant une faible scolarité (19 % des travailleurs n'ont aucun diplôme, 29 % ont un DES).
- La main-d'œuvre des sous-secteurs de l'édition et des services de design graphique se caractérise ainsi : plutôt féminine (52 %), travaillant à temps plein (85 %), d'âge moyen dans l'édition (entre 45 et 64 ans), plutôt jeune dans les services de design graphique (entre 25 et 44 ans) et très scolarisée (60 % et 72 % un diplôme collégial ou universitaire).
- Globalement, on retrouve plus d'emplois à haut niveau de qualification dans les services spécialisés en design et l'édition. Il y a proportionnellement plus d'emplois non qualifiés dans la fabrication de produits en papier transformé que la moyenne québécoise.
- Dans les entreprises des communications graphiques, les principaux métiers de la chaîne de production sont : représentant, estimateur et chargé de projets; concepteur graphiste, graphiste et infographiste; contremaître ou superviseur; pressier ou opérateur de presse; opérateur (de prépresse, d'équipement de finition-reliure, de procédés complémentaires); aide-pressier, assistant et manœuvre.
- Les métiers de la CNP les plus importants en nombre sont dans l'ordre : opérateur de presse à imprimer (pressier) (6960), concepteur graphique (4590), technicien en graphisme (infographiste, graphiste) (3020), représentant (et estimateur) 2745 et opérateur de machine à relier et de finition (2590).
- État de situation de quelques métiers :
 - 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 postes 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 nouveaux équipements imposent le développement de meilleures habiletés techniques, une concentration accrue et de bonnes capacités de compréhension. Rester à jour et composer avec la grande vitesse de production sont des causes importantes de stress pour le personnel en place à qui les entreprises demandent régulièrement de s'adapter et de soutenir la cadence.
- Le profil de la main-d'œuvre en communications graphiques est celui d'une population vieillissante plus âgée que la moyenne québécoise, sauf dans le sous-secteur des services de design graphique qui présente un profil d'âge moyen. Dans tous les sous-secteurs, il y a très peu de jeunes, entre 6 % et 10 % selon le sous-secteur, ce qui est inférieur à la moyenne québécoise de 14 %.
- 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 (contremaitre)* 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-reporter 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-reporter 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 et les employés peuvent bénéficier d'autres formations : AEC, perfectionnements de l'Institut des communications graphiques du Québec, programmes d'apprentissage en milieu de travail (PAMT) et diverses formations à l'interne dans les entreprises.
- 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 CSMOCGQ 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.A0 Infographie en préimpression et DEP 5221 Procédés infographiques sont en chevauchement sur deux ordres d'enseignement.
- 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.
- Au cours des trois dernières années, les entreprises sondées ont peu embauché de personnes diplômées des programmes de formation initiale, sauf pour le DEC 570.A0 Graphisme, où une entreprise sur trois a embauché un diplômé. Dans le cas des autres programmes d'études, à peine une entreprise sur dix ou moins a embauché une personne diplômée.

3. ENJEUX ET PISTES D'ACTION POUR LE CSMOCGQ

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 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. Bien que les petites et très petites entreprises n'aient pas été très enthousiastes à la proposition d'instruments de gestion des ressources humaines préparés par le Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec, de tels instruments seraient d'une grande utilité pour plusieurs entreprises qui en sont dépourvues.

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 souhaités, 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 CSMOCGQ

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 CSMOCGQ 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.
- Réunir deux ou trois fois par année un groupe d'experts afin de bien saisir les tendances des industries du secteur et les impacts technologiques sur les travailleurs.

L'enjeu de la fabrication et de la concurrence internationale interpelle le CSMOCGQ. 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.

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 CSMOCGQ 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 CSMOCGQ 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.).
- Mettre en œuvre un service conseil virtuel en ressources humaines sur son site Internet.

Les enjeux de la qualification de la main-d'œuvre, du recrutement et de la formation interpellent le CSMOCGQ 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 CSMOCGQ 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.
- Informer les entreprises des programmes d'études et des changements à venir, faire valoir la qualité de la formation initiale offerte en utilisant les témoignages d'employeurs satisfaits des diplômés embauchés (un très grand nombre d'entreprises n'embauchent aucun diplômé d'aucun programme).
- Faire valoir la capacité d'adaptation des personnes diplômées et l'investissement que représente pour une entreprise leurs connaissances et leurs compétences.
- 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 CSMOCGQ 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.
- Appuyer les employés et les entreprises qui expérimentent cette formule de formation en milieu de travail en s'assurant que dans les jumelages, le compagnonnage est à l'avantage de toutes les parties.

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

Le CSMOCGQ 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.

1 INTRODUCTION

1.1 CONTEXTE DE RÉALISATION

Le Comité sectoriel de main-d'œuvre en communications graphiques du Québec (CSMOCGQ) est un organisme à but non lucratif initié par le Gouvernement du Québec et les forces vives de l'industrie. En tant que structure partenariale décisionnelle, il réunit des représentants d'employeurs, de syndicats et d'associations. Outre les représentants d'employeurs et de syndicats qu'il regroupe, le CSMOCGQ collabore avec une variété de partenaires :

- Partenaires associatifs
 - APSST- imprimerie et activités connexes
 - Association canadienne de l'imprimerie
 - Association des Enseignants en imprimerie du Québec
 - Association des illustrateurs et illustratrices du Québec (AEIQ)
 - Association québécoise de flexographie (AQF)
 - Les Artisans des arts graphiques de Montréal
 - Les Artisans des arts graphiques de Québec
 - Packaging Association of Canada-Montreal Chapter
 - Société des designers graphistes du Québec
- Partenaires gouvernementaux
 - Commission des partenaires du marché du travail
 - Emploi Québec
 - Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport
 - Ministère de l'Industrie et du Commerce
 - Ressources humaines et Développement social Canada
- Partenaires média
 - Québec imprimerie
 - AMPQ Québec
 - Maître-Imprimeur
- Centres de formation professionnelle (CFP)
 - CFP 24 juin
 - CFP Bel-Avenir
 - CFP Calixa-Lavallée
 - CFP Jacques-Rousseau
 - CFP Marie Rollet
 - Rosemount Technology Center
 - Centre de formation Compétences 2000
 - Centre de formation des Bâtisseurs
- Cégeps
 - Collège Ahuntsic
 - Cégep Beauce-Appalaches

- Autres partenaires
 - Conseil sectoriel de l'imprimerie au Canada
 - Institut des communications graphiques du Québec
 - Salon Grafik'Art
 - Table Métropolitaine de Montréal

Mission du CSMOCGQ

Le Comité sectoriel est un organisme de concertation représentatif du secteur des communications graphiques, connu et utilisé par ses membres, dont la mission est de favoriser le développement des ressources humaines, de répondre aux besoins de formation de l'industrie et de sa main-d'œuvre et de promouvoir le secteur auprès de la relève..

Les principaux mandats du CSMOCGQ

En conformité avec la Politique d'intervention sectorielle et avec les orientations adoptées par la Commission des partenaires du marché du travail (CPMT) en matière d'intervention sectorielle, il appartient au Comité de déterminer les priorités qu'il entend réaliser dans le cadre des mandats suivants :

- Contribuer au développement continu des compétences et de la formation de la main-d'œuvre :
 - Par la participation à la mise en œuvre de la Loi favorisant le développement et la reconnaissance des compétences de la main-d'œuvre;
 - Par la participation à la mise en œuvre du Cadre général de développement et de reconnaissance des compétences;
 - Par l'identification des compétences actuelles et futures de la main-d'œuvre nécessaires pour exercer un métier ou une profession dans le secteur concerné, notamment dans le but d'évaluer les besoins et la demande de formation et de permettre la mise à jour et l'élaboration de programmes de formation.
- Identifier les besoins spécifiques d'un secteur en matière de gestion des ressources humaines et d'organisation du travail et de développer des pistes et des moyens d'intervention pour répondre aux problématiques identifiées
- Définir et réaliser des actions pertinentes pour la main-d'œuvre et pour les entreprises afin de permettre le maintien, la stabilisation et la création de l'emploi pour ainsi accroître le taux d'emploi dans le secteur.
- Prendre en compte les problématiques des clientèles cibles (personnes handicapées, personnes immigrantes, les jeunes, les femmes, les travailleurs de 45 ans et plus et la clientèle judiciarisée adulte) et de proposer aux entreprises de leur secteur des pistes de solution lorsque ces clientèles constituent une proportion significative de la main-d'œuvre du secteur ou lorsque des possibilités d'intégration ou de réintégration de ces clientèles au marché du travail peuvent être envisagées de façon réaliste dans le secteur.
- Faire la promotion et faire connaître auprès des entreprises et des travailleurs de leur secteur les diagnostics, plans d'action, études, outils et toutes autres informations ou documents produits.

Quelques services rendus par le CSMOCGQ

Le Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec propose divers services aux entreprises du secteur des communications graphiques, et ce, afin de faire progresser cette industrie tout en assurant une relève solide et de qualité. Parmi ces services, on retrouve :

- **Programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT).** Le Comité sectoriel cherche à développer pour les travailleurs du secteur des communications graphiques une culture de formation continue en entreprise. Le Programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT) est au cœur de l'action et du Cadre général de développement et de reconnaissances des compétences en milieu de travail et une priorité pour Emploi-Québec et la CPMT.

Les outils du PAMT permettent de structurer la formation en entreprise pour l'apprenti et pour le compagnon, de suivre la progression de son apprenti dont la réussite sera reconnue par un certificat de compétence émis par Emploi-Québec et consignée dans un Registre d'état qui officialise la démarche par la reconnaissance

- **Veille technologique.** Le comité sectoriel assure une veille technologique en identifiant les besoins spécifiques en matière de gestion des ressources humaines ou d'organisation du travail
- **Publications.** Le comité sectoriel a de nombreuses publications qu'il rend disponible sur son site WEB. Mentionnons pour 2007-2008 :

Étude salariale

Analyse métier sérigraphie

Analyse métier presse numérique

Analyse métier flexographie

Petit Gutenberg

Lexique en flexographie

Un bon coup de main pour votre entreprise

- **Service de placement en ligne.** Le comité sectoriel a créé un outil de placement en ligne pour permettre aux travailleurs et aux gestionnaires d'entreprise d'afficher, pour les uns leur curriculum vitae et pour les autres les offres d'emploi au sein de leur entreprise.
- **Analyses de métier.** Les analyses de métier présentent une description précise et détaillée d'un métier et de ses composantes. Elles comprennent également un inventaire des fonctions, des tâches et des activités liées à l'exercice du métier; les compétences exigées pour exercer ce métier; le contexte de travail, soit les caractéristiques de l'environnement physique et organisationnel; les ressources utilisées, ainsi que les tendances sur le plan de l'évolution et du développement du métier. On y retrouve un lien dans la section Métiers et professions vers le site d'Emploi-Québec portant sur les offres d'emplois disponibles dans le secteur, par région.

Comités professionnels

Divers comités professionnels ont été mis en place afin de répondre à la mission et aux mandats du Comité sectoriel. Ces comités regroupent des membres patronaux, syndicaux et associatifs de l'industrie des communications graphiques de même que des membres de l'équipe du Comité sectoriel et des experts liés aux domaines d'intervention de ces différents comités. En 2007-2008, neuf comités ont été actifs. Il s'agit de :

- Comité d'analyse du métier et du PAMT sérigraphie
- Comité du PAMT flexographie
- Comité de Veille technologique
- Comité sur le Processus de reconnaissance des compétences
- Comité sur la mise en place des travaux du Diagnostic sectoriel 2008
- Comité sur la révision des règlements généraux
- Comité de rédaction pour les tests d'auto-évaluation
- Comité d'experts pour l'analyse de métier pour bobiniers et margeurs
- Comité d'analyse pour le projet Cyber Apprentissage (E-Learning)
- Sous-comité de Veille Technologique pour les enseignants

Relativement aux mandats du CSMOCGQ, Emploi-Québec est appelé à :

- Contribuer au développement continu des compétences et de la formation de la main-d'œuvre.
- Identifier les besoins de l'industrie en matière de gestion des ressources humaines et d'organisation du travail et formuler des pistes d'action et des moyens d'intervention.
- Définir et réaliser des actions relatives au maintien, à la stabilisation et à la création d'emploi.
- Prendre en compte les problématiques de clientèles cibles sur le plan de l'emploi, notamment les immigrants, les femmes, les jeunes et les 45 ans et plus, et suggérer des pistes d'action.
- Faire connaître aux entreprises le matériel existant et développé par les comités sectoriels tels que les diagnostics, les études et les outils.

En ce qui concerne la formation de la main-d'œuvre, le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport (MELS) doit assurer, entre autres, l'adéquation entre la formation et l'emploi. Pour ce faire, il doit évaluer les besoins du marché du travail sur les plans quantitatif et qualitatif, afin d'élaborer les programmes de formation professionnelle et technique permettant l'acquisition des compétences recherchées et la mobilité professionnelle.

Le CSMOCGQ, les représentants d'Emploi-Québec et du ministère de l'Éducation, des Loisirs et des Sports ont conclu à la pertinence de réaliser une étude sectorielle du domaine des communications graphiques, une étude qui pose un diagnostic à la fois sur l'industrie, sa main-d'œuvre et l'offre de formation. La forme de consultants DBSF-DAA Stratégies a été mandaté pour réaliser cette étude. Les trois partenaires désirent donc, par une meilleure connaissance du secteur, de sa main-d'œuvre et de la formation, améliorer les formations

existantes ou proposer des formations adaptées aux besoins spécifiques de certains types d'entreprises ou de certains métiers.

1.2 OBJECTIFS DU MANDAT

Les objectifs de l'étude sectorielle sont les suivants :

- Réaliser un portait 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.

1.3 DÉLIMITATION DU CHAMP DE L'ÉTUDE SECTORIELLE

Afin de circonscrire la portée de l'étude et de la centrer sur les préoccupations des partenaires impliqués, il a été convenu, après discussions avec les représentants du comité de suivi, de délimiter le champ de recherche et d'analyse.

Industries visées

Les industries couvertes par l'étude, par secteurs d'activité économique du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), sont les suivantes :

- **3222 Fabrication du papier**
 - 32221 - Fabrication de contenants en carton
 - 32222 - Fabrication de sacs en papier et de papier couché et traité
- **3231 Impression et activités connexes**
 - 3231 - Impression et activités connexes
- **5111 Secteur de l'édition**
 - 51111 - Éditeurs de journaux
 - 51112 - Éditeurs de périodiques
 - 51114 - Éditeurs d'annuaires et de répertoires
- **5414 Services professionnels, scientifiques et techniques**
 - 54143 - Services de design graphique
- **5614 Services de soutien et administratif**
 - 56143 Centres de services aux entreprises

Fonctions de travail visées

Sept ensembles de fonctions de travail, ou métiers et professions, sont visés par l'étude. Le code de la Classification nationale des professions (CNP) est indiqué entre parenthèses lorsqu'il y en a un correspondant à la fonction de travail.

- Personnel administratif en préproduction : représentant en imprimerie et estimateur en imprimerie (CNP 6411) et chargé de projets.
- Superviseur / contremaître (surveillant de l'imprimerie, CNP 7218).
- Technicien en graphisme/infographiste (CNP 5223) et designer/concepteur graphique et illustrateur (CNP 5241).
- Pressier/opérateur de presse à imprimer (CNP 7381) et opérateur de machine à imprimer (pressier/opérateur de presse numérique, CNP 9471).
- Opérateurs de prépresse (typographe, CNP 1423; pelliculeur et brûleur de plaques, CNP 9472; tireur d'épreuves, CNP 9474).
- Opérateurs de finition-reliure (opérateur de machine à relier et de finition et de opérateur sur presses à procédés complémentaires, CNP 9473).
- Manœuvres : aide-pressier, aide, assistant et manœuvre (CNP 9619).

Programmes d'étude visés

Sept programmes de formation initiale, technique et professionnelle, font l'objet d'une analyse approfondie. Ces programmes ont un lien avec l'une ou l'autre des fonctions de travail étudiées.

- Le DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie et le programme qui le remplace depuis septembre 2008, soit le DEC 581.C0 Gestion de projet en communications graphiques.
- Le DEC 570.A0 Graphisme.
- Le DEC 581.A0 Infographie en préimpression.
- Le DEC 581.B0 Techniques de l'impression.
- Le DEP 5221 Procédés infographiques (et sa version anglaise 5721 Desktop publishing).
- Le DEP 5246 Imprimerie (et sa version anglaise 5746 Printing).
- Le DEP 5240 Reprographie et façonnage.

1.4 CONTENU DU PRÉSENT DOCUMENT

Ce rapport comporte cinq chapitres précédés d'un sommaire.

Le chapitre 1 introduit l'étude et le contexte de réalisation ainsi que la méthodologie qui sous-tend les travaux.

Le chapitre 2 est consacré à une présentation générale du secteur des communications graphiques : sa structure et sa taille, les caractéristiques générales des entreprises, les principales données économiques, le contexte commercial et concurrentiel, la chaîne de production graphique ainsi que la gestion de la production et des ressources humaines.

Le chapitre 3 dresse un profil global de la main-d'œuvre qui travaille dans ce secteur, tant par secteur d'activité (SCIAN) que par fonction de travail (CNP). Plus spécifiquement, on y décrit en détail les métiers clés (fonctions de travail) du secteur. Pour chaque fonction de travail, on présente, notamment, la formation demandée, l'expérience et les compétences exigées, le recrutement, le profil sociodémographique (lorsque les données existent), l'évolution prévue de l'effectif ainsi que l'évolution prévue de l'exercice du métier.

Le chapitre 4 est consacré à la formation. Sept programmes de formation initiale (professionnelle et technique) sont décrits ainsi qu'un aperçu des principales autres formations disponibles ou données par les entreprises. Le chapitre présente également la satisfaction des employeurs à l'égard de ces programmes de formation.

L'étude se termine par une synthèse présentée au chapitre 5 et comportant les principaux constats, les forces et opportunités ainsi que les faiblesses et contraintes du secteur des communications graphiques, des entreprises, de la main-d'œuvre et de la formation, puis les enjeux et défis pour le secteur.

1.5 MÉTHODOLOGIE

La méthodologie utilisée a comporté les aspects suivants.

Revue de la documentation et cueillette de données

Les documents à la base de l'étude et la recherche de données et de statistiques ont porté principalement sur les caractéristiques du secteur (données économiques, entreprises, emploi, etc.), son évolution, le contexte de production, les impacts des changements technologiques, les fonctions de travail visées (principalement les statistiques) et les programmes de formation.

Consultation de personnes clés, groupes de discussion et entrevues individuelles auprès d'entreprises du secteur

Des personnes clés, qui connaissent bien le secteur des communications graphiques ou certains de ses aspects, ont été consultées. Des entrevues individuelles en profondeur d'une durée jusqu'à quatre heures ont été réalisées auprès d'acteurs reconnus dans le secteur des communications graphiques.

Deux groupes de discussion réunissant des employeurs d'entreprises de grande, moyenne et petite taille ont été organisés. Ces entreprises utilisaient une variété d'équipement et de procédés d'imprimerie.

Cette étape a permis de recueillir de l'information essentiellement d'ordre qualitatif : structure du secteur et son évolution; principales caractéristiques des entreprises, surtout en matière de production (processus de production, procédés d'impression, technologies, produits finis et virtuels, recherche et développement) et de ressources humaines; contexte commercial, normes; description qualitative des métiers visés; connaissance et évaluation des programmes de formation. Au total, une quinzaine de personnes clés et d'entreprises ont été consultées.

Groupes de discussion auprès d'employés syndiqués

Deux groupes de discussion réunissant onze employés syndiqués d'entreprises des communications graphiques et des syndicats ont été organisés. Les personnes présentes exerçaient des métiers variés comme infographes, pressiers, opérateurs d'équipements divers et aide ou assistant.

Les discussions ont porté sur les étapes du processus de production, sur divers aspects des ressources humaines et sur certains métiers, sur la santé et la sécurité au travail et sur les changements technologiques. Cette étape a permis de valider et d'enrichir les données des étapes précédentes.

Enquête téléphonique auprès des entreprises

Nous avons réalisé une enquête téléphonique à l'aide d'un questionnaire destiné aux responsables des ressources humaines des entreprises. L'objectif visé consistait à rejoindre un nombre représentatif d'entreprises des communications graphiques. L'enquête a ciblé l'ensemble des entreprises répertoriées dans la base de données du Comité sectoriel de la main-d'œuvre des communications graphiques. L'univers disponible d'entreprises de la base de données du CSMOCGQ s'établit à 2 447. Au total, 350 entreprises ont été rejointes. Les entrevues se sont déroulées en français seulement.

Le tableau 1.1 présente la répartition des entreprises de la base de données du CSMOCGQ et des entreprises sondées selon le nombre d'employés. La répartition des entreprises sondées par nombre d'employés est différente de la répartition des entreprises de la base de données du CSMOCGQ. En effet, à la demande du CSMOCGQ, nous avons sous-représenté les très petites entreprises (moins de 5 employés) et les petites (de 5 à 19) et surreprésenté les moyennes entreprises (20 à 99) et les grandes (100 et plus). Ainsi, les entreprises de moins de 20 employés représentent 58,6 % des entreprises sondées alors qu'elles constituent 76,2 % de la base de données. Les entreprises de 50 employés et plus comptent pour 11,2 % de la base de données, mais elles représentent 22,8 % des entreprises sondées.

Tableau 1.1 – Répartition des entreprises de la base de données du CSMOCGQ et des entreprises sondées selon le nombre d'employés

Nombre d'employés	Base de données du CSMOCGQ		Entreprises sondées	
	Nombre	Répartition % en excluant les non déterminé	Nombre	Répartition %
Moins de 5	763	39,1 %	105	30,0 %
De 5 à 19 employés	724	37,1 %	100	28,6 %
De 20 à 49 employés	246	12,6 %	65	18,6 %
De 50 à 99 employés	113	5,8 %	40	11,4 %
100 et plus	106	5,4 %	40	11,4 %
Non déterminé	495			
Total	2 447	100,0 %	350	100,0 %

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

Les moyennes et grandes entreprises ont été surreprésentées, car il était important de recueillir le plus d'information possible sur les métiers et les programmes de formation. Or, il apparaissait plus probable, a priori, que les moyennes et grandes entreprises comptent davantage de métiers (fonctions de travail), qu'elles connaissent mieux les programmes de formation et qu'elles embauchent davantage des personnes diplômées de ces programmes.

Le tableau 1.2 présente la répartition par secteur SCIAN des entreprises de la base de données du CSMOCGQ et la répartition dans l'échantillon des entreprises sondées.

Tableau 1.2 – Répartition par secteur SCIAN des entreprises de la base de données du CSMOCGQ et des entreprises sondées

Secteur SCIAN	Base de données du CSMOCGQ		Entreprises sondées	
	Nombre	Répartition %	Nombre	Répartition %
3222 Fabrication de produits en papier transformé	130	5,3 %	20	5,7 %
3231 Impression et activités connexes de soutien	1 210	49,4 %	179	51,1 %
5111 Éditeurs	346	14,1 %	45	12,9 %
54143 Services de design graphique	532	21,7 %	74	21,1 %
56143 Centres de services aux entreprises	229	9,4 %	32	9,1 %
Total	2 447	100,0 %	350	100,0 %

Sources : Base de données du CSMOCGQ et enquête 2008 de DBSF-DAA Stratégies auprès de 350 entreprises des communications graphiques.

La répartition des entreprises par secteur SCIAN est similaire dans l'échantillon sondé et dans la base de données du CSMOCGQ. Sur cet aspect, l'échantillon d'entreprises sondées est tout à fait représentatif de la réalité du secteur des communications graphiques.

Sondage écrit auprès d'employés du secteur

Un sondage écrit a été administré aux employés d'entreprises des communications graphiques qui font partie essentiellement du sous-secteur de l'impression (SCIAN 3231). Environ 400 questionnaires ont été remis à des employeurs et des délégués syndicaux à l'occasion de l'assemblée générale annuelle du CSMOCGQ et à l'occasion d'une rencontre avec un groupe de discussion d'employés syndiqués. Une douzaine d'entreprises, principalement des moyennes et des grandes, ont été rejointes de cette façon.

Les questions ont porté principalement sur les conditions de travail, les relations de travail et la formation. Les questionnaires ont été retournés par la poste dans des enveloppes pré affranchies.

Au total, les 123 questionnaires complétés sont répartis de la manière suivante :

- Employés syndiqués : 80 répondants
- Employés non syndiqués : 43 répondants

Il s'agit d'un taux de retour de 31 % des questionnaires des employés sondés, ce qui est acceptable pour un tel type de sondage.

Le tableau 1.3 présente la répartition des répondants selon le métier exercé. Ensemble, les pressiers et les opérateurs de presse, de prépresse et d'équipement de finition-reliure comptent pour 61 % des employés sondés. Les autres métiers, qui sont exercés par 12 % des employés sondés, sont principalement : représentant, chargé de projets, opérateur de chariot élévateur, mécanicien, électromécanicien.

Tableau 1.3 – Répartition des employés sondés selon le métier exercé

Infographiste et concepteur graphique	9 %
Pressier, opérateur de presse	36 %
Opérateur d'équipement de finition-reliure / de procédés complémentaires	25 %
Opérateur de prépresse	1 %
Aide, assistant, manœuvre	17 %
Autres métiers	12 %
Total	100 %

Source : Enquête 2008 de DBSF-DAA Stratégies auprès de 123 employés des entreprises des communications graphiques.

Références et instruments d'enquête

Les principales références et les instruments d'enquête sont présentés dans des annexes à la fin de l'étude, soit :

- Annexe 1 : liste des documents consultés, incluant les sites Internet qui ont été utiles à la production de ce rapport.
- Annexe 2 : liste des organismes consultés et des entreprises avec qui des entrevues individuelles ont eu lieu.
- Annexe 3 : guides d'entrevue et d'animation.
- Annexe 4 : questionnaires d'enquête (enquête téléphonique auprès des entreprises et sondage écrit auprès d'employés).

Le lecteur qui désire prendre connaissance des seuls faits saillants de cette étude peut consulter le sommaire.

2 PORTRAIT DU SECTEUR DES COMMUNICATIONS GRAPHIQUES

2.1 STRUCTURE ET CARACTÉRISTIQUES DU SECTEUR ET DES ENTREPRISES

2.1.1 Secteurs d'activité et types d'entreprise

Les entreprises du secteur des communications graphiques se retrouvent au sein de plusieurs groupes ou classes d'activité économique tels qu'identifiés dans le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). En voici la liste exhaustive.

3222 Fabrication de produits en papier transformé

Ce groupe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fabriquer des produits en papier à partir de papier et de carton achetés. Deux des quatre classes du groupe 3222 font partie du secteur des communications graphiques : *32221 Fabrication de contenants en carton* et *32222 Fabrication de sacs en papier et de papier couché et traité*. Les deux autres classes du groupe 3222 – *32223 Fabrication d'articles de papeterie* et *32229 Fabrication d'autres produits en papier transformé* (qui comprend les produits hygiéniques en papier) – ne font pas partie des communications graphiques.

32221 Fabrication de contenants en carton

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fabriquer, à partir de carton acheté, des contenants en carton, tels que les boîtes en carton montées, en carton ondulé ou en fibres, les boîtes de conserve et les fûts, et les récipients alimentaires hygiéniques. Ces établissements utilisent des machines à onduler et à découper pour transformer le carton en contenants. Cette classe est découpée en trois sous-classes.

- *322211 Fabrication de boîtes en carton ondulé et en carton compact*
Établissements dont l'activité principale consiste à fabriquer, à partir de carton acheté, des boîtes en carton ondulé et en carton compact, et d'autres produits semblables, comme les feuilles de carton ondulé.
- *322212 Fabrication de boîtes pliantes en carton ondulé*
Établissements dont l'activité principale consiste à fabriquer des boîtes pliantes en carton à partir de carton acheté.
- *322219 Fabrication d'autres contenants en carton*
Établissements qui ne figurent dans aucune autre classe et dont l'activité principale consiste à fabriquer, à partir de carton acheté, des contenants en carton tels que des boîtes montées, boîtes de conserve, fûts et récipients alimentaires hygiéniques.

32222 Fabrication de sacs en papier et de papier couché et traité

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fabriquer des sacs en papier, des produits en papier couché et traité ainsi que des produits en carton à partir de papier et d'autres matériaux souples achetés. Les produits de cette classe peuvent se composer d'une seule couche ou de plusieurs couches collées

ensemble. Les produits contrecollés peuvent contenir uniquement des matériaux autres que le papier, comme des feuilles de plastique ou d'aluminium.

3231 Impression et activités connexes de soutien

Ce groupe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fournir des services d'impression et d'autres services connexes. Il comprend deux classes et celles-ci font partie du secteur des communications graphiques : *32311 Impression* et *32312 Activité de soutien à l'impression*.

32311 Impression

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fournir des services d'impression. Elle comprend les sous-classes suivantes :

- *323113 Sérigraphie commerciale*

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à faire de l'impression commerciale en se servant de trames de soie. Ces établissements sont habituellement équipés pour effectuer les tâches préalables à l'impression, par exemple pour couper les stencils. Généralement, ces établissements impriment sur des vêtements; ou produisent des documents sur papier à caractère graphique, comme les images et les lettres d'enseigne grand format.

- *323114 Impression instantanée*

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à faire de l'impression commerciale en utilisant de petites presses offset et/ou des imprimantes sans percussion. Ces établissements sont habituellement équipés pour effectuer les tâches préalables à l'impression.

- *323115 Impression numérique*

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fournir des services d'impression numérique. Ces établissements utilisent des machines sans percussion (électrostatiques, à jet d'encre ou à pulvérisation) commandées par ordinateur. L'image à imprimer est introduite dans la machine comme un fichier informatique (et non simplement balayée puis numérisée par l'imprimante même). Ces établissements sont habituellement très bien équipés pour effectuer les tâches préalables à l'impression, par exemple en scanners spécialisés et en machines de séparation des couleurs. De façon générale, les principaux produits de ces établissements sont l'impression de documents à haute résolution à caractère graphique.

- *323116 Impression de formulaires commerciaux en liasses*

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à imprimer des formulaires commerciaux en liasses.

- *323119 Autres activités d'impression*

Cette classe comprend les établissements qui ne figurent dans aucune autre classe et dont l'activité principale consiste à fournir des services d'impression.

32312 Activité de soutien à l'impression

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fournir des services de soutien à des imprimeurs commerciaux, comme des services de préparation de l'impression ou de reliure (clichage pour l'imprimerie, prépresse pour imprimeurs, services de dorure, bronzage, rognage, barbage, gaufrage et estampage à l'or de livres, fabrication, reliure pour l'industrie, gravure de clichés d'imprimerie, séparation de couleurs pour impression, fabrication, service de photogravure.

5111 Éditeurs de journaux, périodiques, livres et répertoires

Ce groupe comprend les établissements dont l'activité principale est l'édition (ou l'édition et l'impression) de journaux, de périodiques, de livres, de cartes géographiques, de répertoires, de bases de données et d'autres produits tels que les calendriers, les catalogues et les cartes de souhaits. Il comprend quatre classes, dont trois font partie du secteur des communications graphiques : *51111 Éditeurs de journaux*, *51112 Éditeurs de périodiques* et *51114 Éditeurs d'annuaires et de répertoires*. L'autre classe du groupe 5111, *51113 Éditeurs de livres*, ne fait pas partie des communications graphiques.

51111 Éditeurs de journaux

Cette classe comprend les établissements, appelés éditeurs de journaux, dont l'activité principale consiste à exécuter les opérations nécessaires à la production et à la distribution de journaux, notamment la collecte des nouvelles, la rédaction des chroniques, des articles de fond et des éditoriaux, la vente et la préparation des annonces. Ces établissements peuvent publier les journaux sous forme imprimée ou électronique.

51112 Éditeurs de périodiques

Cette classe comprend les établissements, appelés éditeurs de revues ou de périodiques, dont l'activité principale consiste à exécuter les opérations nécessaires à la production et à la distribution de revues et autres périodiques, notamment la collecte, la rédaction, la recherche et la révision des articles de même que la préparation et la vente des annonces. Les périodiques paraissent à intervalles réguliers, généralement sur une base hebdomadaire, mensuelle ou trimestrielle. Ces périodiques peuvent paraître sous forme imprimée ou électronique.

51114 Éditeurs d'annuaires et de répertoires

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale est l'édition de compilations et de recueils de renseignements ou de faits organisés logiquement de façon à en faciliter l'utilisation. Ces recueils peuvent être publiés sous un ou plusieurs formats, notamment sous forme imprimée ou électronique. Les versions électroniques peuvent être mises directement à la disposition des clients par les établissements ou offertes par le truchement de services en ligne ou de tiers fournisseurs.

5414 Services spécialisés de design

Ce groupe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fournir des services spécialisés de design, sauf les services de conception architecturale et technique et les services de conception de systèmes informatique. Il comprend quatre classes, dont une seule fait partie du secteur des communications graphiques : *54143 Services de design graphique*. Les autres classes du groupe 5414 – soit *54141 Services de design d'intérieur*,

54242 Services de design industriel et 54149 Autres services spécialisés de design – ne font pas partie des communications graphiques.

54143 Services de design graphique

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à planifier, concevoir et gérer la production de moyens de communication visuelle afin de véhiculer des messages ou des notions, éclaircir de l'information complexe ou projeter des identités visuelles. Ces services peuvent comprendre la conception de documents imprimés, d'emballages, de pages d'écran, de publicités, de systèmes d'écriteaux et d'images de marque.

5614 Services de soutien aux entreprises

Ce groupe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fournir des services de soutien aux entreprises, comme la préparation de documents, l'exploitation de centres d'appels téléphoniques, l'exploitation de centres de services aux entreprises, le recouvrement de créances et l'évaluation du crédit. Il comprend cinq classes, dont une seule fait partie du secteur des communications graphiques : *56143 Centres de services aux entreprises.*

56143 Centres de services aux entreprises

Cette classe comprend les établissements connus sous le nom de magasins de copie; les établissements dont l'activité principale consiste à fournir des services de location de boîtes aux lettres et d'autres services postaux (sauf le publipostage), et les établissements qui fournissent une gamme de services de soutien de bureau, tels que des services d'expédition, de reprographie, de télécopie, de traitement de texte, de location d'ordinateurs personnels et de vente au détail de produits de bureau.

2.1.2 Nombre d'entreprises et répartition

Nombre d'entreprises et répartition par secteur d'activité et par taille

Le tableau 2.1 présente le nombre d'entreprises qui œuvrent dans le domaine des communications graphiques, réparties par secteur d'activité SCIAN et par taille. Ce tableau comprend cinq sous-secteurs : Fabrication de produits en papier transformé (3222), Impression et activités connexes de soutien (3231), Édition (5111, sauf l'édition de livres 51113 qui ne fait pas partie des communications graphiques), Services de design graphique (54143) et Centres de services aux entreprises (56143).

Tableau 2.1 – 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	%
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
Total	87	100,0	1 185	100,0	316	100,0	559	100,0	184	100,0	2 331	100,0
% par SCIAN		3,7		50,8		13,6		24,0		7,8		100,0
Nombre d'établissements	124	4,7	1 278	48,7	449	17,2	564	21,5	207	7,9	2 622	100,0

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 du marché du travail, Québec.

Voici les principaux constats qui se dégagent du tableau 2.1.

- Le domaine des communications graphiques compte 2 331 entreprises (une entreprise peut avoir plus d'un établissement). À lui seul, le secteur Impression et activités connexes de soutien (3231) totalise 51 % des entreprises en communications graphiques. Les secteurs Services de design graphique (54143) et Édition (5111) représentent respectivement 24 % et 14 % des entreprises du domaine. Les secteurs Centres de services aux entreprises (56143) et Fabrication de produits en papier transformé (3222) ne représentent respectivement que 7,8 % et 3,7 % des entreprises du domaine.
- Le nombre d'établissements est supérieur de 291 au nombre d'entreprises; il s'établit à 2 622. C'est dans le secteur de l'édition que, proportionnellement, on retrouve davantage d'entreprises comptant plus d'un établissement : 316 entreprises et 449 établissements.
- Les communications graphiques sont un domaine caractérisé par une proportion extrêmement élevée de micro et de petites entreprises : les micro entreprises (moins de 5 employés) représentent 67 % des entreprises et les petites entreprises (de 5 à 19 employés) comptent pour 22 % du total. C'est donc dire que 89 % des entreprises ont moins de 20 employés. En cela, le secteur des communications graphiques n'est pas tellement différent de la plupart des autres secteurs d'activité économique au Québec, où l'on retrouve une très forte proportion de micro et de petites entreprises.
- Les moyennes entreprises (de 20 à 99 employés), au nombre de 197, représentent 8,4 % du total. Le domaine ne compte que 43 grandes entreprises (100 à 499 employés) ou près de 2 % du total, et 12 très grandes entreprises (500 employés et plus) ou 0,5 % du total.

- Un sous-secteur de l'industrie des communications graphiques se distingue nettement des autres quant à la répartition des entreprises selon la taille : la Fabrication de produits en papier transformé (3222). Dans ce secteur, seulement 47 % des entreprises ont moins de 20 employés; dans les autres secteurs, cette proportion varie entre 87 % et 96 %. Inversement, 19,5 % des entreprises sont grandes ou très grande, c'est-à-dire 100 employés et plus (entre 0 % et 2 % dans les autres secteurs).

Répartition par région administrative

Le tableau 2.2 présente le nombre d'entreprises qui œuvrent dans le domaine des communications graphiques, réparties par région administrative du Québec. Voici les principaux constats de l'analyse.

Tableau 2.2 – Entreprises du secteur des communications graphiques – répartition par région administrative

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	%
Région administrative												
Montréal	36	41,4	434	36,6	136	43,9	243	43,6	56	30,6	905	39,0
Montréal	21	24,1	175	14,8	45	14,5	77	13,8	30	16,4	348	15,0
Québec	4	4,6	125	10,5	32	10,3	52	9,3	21	11,5	234	10,1
Laval	3	3,4	78	6,6	7	2,3	27	4,8	10	5,5	125	5,4
Laurentides	1	1,1	62	5,2	17	5,5	33	5,9	11	6,0	124	5,3
Chaudière-Appalaches	3	3,4	63	5,3	18	5,8	23	4,1	8	4,4	115	5,0
Lanaudière	2	2,3	48	4,1	6	1,9	25	4,5	7	3,8	88	3,8
Estrie	3	3,4	34	2,9	11	3,5	13	2,3	4	2,2	65	2,8
Centre-du-Québec	9	10,3	37	3,1	3	1,0	10	1,8	5	2,7	64	2,8
Mauricie	4	4,6	30	2,5	7	2,3	10	1,8	7	3,8	58	2,5
Outaouais	1	1,1	27	2,3	9	2,9	17	3,1	3	1,6	57	2,5
Bas-Saint-Laurent	–	–	21	1,8	4	1,3	9	1,6	9	4,9	43	1,9
Saguenay – Lac-St-Jean	–	–	22	1,9	3	1,0	10	1,8	6	3,3	41	1,8
Abitibi-Témiscamingue	–	–	14	1,2	5	1,6	5	0,9	4	2,2	28	1,2
Côte-Nord	–	–	7	0,6	4	1,3	1	0,2	2	1,1	14	0,6
Gaspésie – Îles-de-la-M.	–	–	7	0,6	3	1,0	2	0,4	–	–	12	0,5
Nord-du-Québec	–	–	1	0,1	–	–	–	–	–	–	1	0,0
Total	87	100,0	1 185	100,0	310	100,0	557	100,0	183	100,0	2 322	100,0

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 du marché du travail, Québec.

- La répartition du nombre d'entreprises en communications graphiques selon les régions est généralement proportionnelle à la répartition du poids de ces régions dans l'économie du Québec. Près de 40 % des entreprises sont situées à Montréal. La Montérégie et Québec suivent avec 15 % et 10 % des entreprises. On compte

également une proportion appréciable d'entreprises à Laval, dans les Laurentides et dans Chaudière-Appalaches (autour de 5 %). Les six régions ressources (les six dernières du tableau 2.2) regroupent ensemble 6 % des entreprises. De fait, en tenant compte de la Montérégie et de Laval, 60 % des entreprises des communications graphiques sont dans la grande région de Montréal.

- On observe peu de différences marquées dans la répartition des entreprises par région selon les secteurs d'activité. Soulignons que, dans le secteur Fabrication de produits en papier transformé (3222), il y a une concentration d'entreprises proportionnellement plus élevée dans les régions de la Montérégie, du Centre-du-Québec et de la Mauricie, et on ne retrouve aucune entreprise de ce secteur dans les régions ressources.

Propriété des entreprises

Le Québec abrite les sièges sociaux de deux très grandes entreprises : Quebecor World et Transcontinental, deux chefs de file de l'imprimerie. De façon générale, les micro, les petites et les moyennes entreprises qui œuvrent dans le secteur des communications graphiques au Québec sont de propriété québécoise. Sauf exception, elles n'ont pas réalisé d'acquisition stratégique ni fait l'objet d'une fusion au cours des dernières années. Par ailleurs, le nombre de grandes entreprises dans le secteur est fort limité (55 entreprises de plus de 100 employés, soit 2,3 % des entreprises de tout le secteur) et leur importance sur le marché québécois est telle qu'elles constituent un attrait pour les capitaux hors Québec.

2.1.3 Données économiques

Les données concernant les expéditions, importations et exportations sont comptabilisées par Statistique Canada seulement pour les SCIAN de la fabrication, c'est-à-dire 3222 et 3231. Ainsi, le tableau 2.3 plus loin ne comporte pas d'informations à cet égard pour les trois SCIAN reliés aux services, soit 5111, 5414 et 5614. Nous pourrions toutefois présenter des données intéressantes concernant les activités de ventes et d'exportations à la section 2.1.5.

Taille du marché de la fabrication

Le tableau 2.3 présente les données relatives à la taille du marché des communications graphiques au Québec, de 2001 à 2006, pour les SCIAN de la fabrication, soit 3222 (fabrication de produits en papier transformé) et 3231 (impression et activités connexes de soutien). Rappelons que le marché se définit par la formule suivante : expéditions (livraisons) + importations – exportations.

Tableau 2.3 – Marché québécois des produits en papier transformé (SCIAN 3222) et de l'impression (SCIAN 3231), de 2001 à 2006

Année	SCIAN									
	3222 – Fabrication de produits en papier transformé					3231 – Impression et activités connexes de soutien				
	Expéditions (millions \$)	Importations (millions \$)	Exportations (millions \$)	Marché apparent (millions \$)	% expéditions/ secteur manufacturier	Expéditions (millions \$)	Importations (millions \$)	Exportations (millions \$)	Marché apparent (millions \$)	% expéditions/ secteur manufacturier
2001	3 671,5	285,6	831,6	3 125,5	2,8%	3 352,8	113,5	558,3	2 908,0	2,5%
2002	3 663,5	308,8	883,9	3 088,4	2,8%	3 203,5	119,3	601,8	2 721,0	2,4%
2003	3 525,1	287,6	765,8	3 046,9	2,7%	3 365,9	126,9	589,0	2 903,8	2,6%
2004	3 305,7	277,1	729,3	2 853,5	2,4%	3 373,9	129,7	550,7	2 952,9	2,5%
2005	3 072,9	277,3	711,2	2 639,0	2,2%	3 229,4	138,1	569,3	2 798,2	2,3%
2006	2 797,2	315,9	707,3	2 405,8	2,0%	3 142,4	148,3	502,0	2 788,7	2,2%
Ratio 2001/2006	-23,8%	10,6%	-14,9%	-23,0%	-0,8 p.p.	-6,3%	30,7%	-10,1%	-4,1%	-0,3 p.p.

Sources : Statistique Canada, Tableau CANSIM 301-0003 et 301-0006.
Industrie Canada, Données sur le commerce en direct.

En 2006, le marché québécois de la fabrication en communications graphiques (SCIAN 3222 et 3231) s'élevait à 5,19 milliards de dollars. Ce nombre est le résultat de trois données :

- des expéditions (ou livraisons) d'une valeur de 5,94 milliards de dollars;
- des importations d'une valeur de 464,2 millions de dollars;
- des exportations d'une valeur de 1,21 milliards de dollars.

En 2001, les expéditions étaient de 7,02 milliards de dollars et représentaient 5,3 % des expéditions de l'ensemble des industries manufacturières du Québec (133 milliards de dollars). En 2006, les expéditions n'étaient plus que de 5,94 milliards de dollars et ne représentent plus que 4,2 % des expéditions manufacturières du Québec (140 milliards de dollars).

Ainsi, entre 2001 et 2006, le volume des expéditions dans les sous-secteurs de la fabrication en communications graphiques a diminué de 1,08 milliard de dollars, soit une baisse importante de 15,4 %. De plus, entre 2001 et 2006, le poids du secteur de la fabrication en communications graphiques sur l'ensemble des industries manufacturières du Québec est passé de 5,3 % à 4,2 %, soit une baisse de 21 %.

Les entreprises des SCIAN 3222 et 3231 se partagent chacune une part presque égale des expéditions. La fabrication des produits en papier transformé (SCIAN 3222), avec 2,80 milliards de dollars, compte pour 47,1 % des expéditions de la fabrication en communications graphiques. Dans le cas de l'impression et des activités connexes de soutien (SCIAN 3231), les expéditions de 3,14 milliards de dollars comptent pour 52,9 % de la fabrication en communications graphiques. Pour saisir l'importance relative des expéditions dans ces deux SCIAN, rappelons que seulement 3,7 % des entreprises en communications graphiques sont dans le SCIAN 3222, par rapport à 51 % dans le SCIAN 3231.

La baisse globale de 15,4 % des expéditions est répartie comme suit : une baisse de 23,8 % dans la fabrication des produits en papier transformé et de 6,3 % dans l'impression et les activités connexes.

Relativement aux exportations, les entreprises des sous-secteurs de la fabrication ont des activités relativement importantes comme en témoigne le tableau 2.3. En 2006, les produits exportés représentaient 20,4 % des expéditions totales des deux SCIAN, soit 25,3 % dans le 3222 et 16,0 % dans le 3231. Par ailleurs, dans les deux sous-secteurs, les exportations ont baissé respectivement de 14,9 % et de 10,1 % de 2001 à 2006. Ainsi, avec des exportations de 707,3 millions de dollars de produits en papier transformé et 502 millions de dollars de produits d'impression, les exportations ont diminué globalement de 13 %.

En 2006, la valeur des importations s'établissait à 315,9 millions de dollars dans les produits en papier transformé et de 148,3 millions de dollars en impression et activités connexes. Les importations ont augmenté respectivement de 10,6 % et de 30,7 % entre 2001 et 2006, ce qui, en regroupant les deux SCIAN, représente une importante augmentation de 16,3 %. Les importations représentaient 6,5 % du marché en 2001 et 8,9 % en 2006, ce qui s'est traduit par une hausse de 37 % du poids des importations dans le marché.

Valeur ajoutée

Le tableau 2.4 présente les données relatives à la valeur ajoutée dans les sous-secteurs des produits en papier transformé (SCIAN 3222) et de l'impression (SCIAN 3231), de 2001 à 2006. On constate que :

- En 2006, la valeur ajoutée s'établissait à 1,15 milliard de dollars dans la fabrication des produits en papier transformé et à 1,84 milliard de dollars dans l'impression, pour un total de 2,99 milliards de dollars.
- De 2001 à 2006, la valeur ajoutée du sous-secteur de la fabrication des produits en papier transformé a régressé de 20 % et son importance relative par rapport à l'ensemble du secteur manufacturier québécois est passée de 2,6 % à 2,1 %.
- En impression et activités connexes de soutien, la valeur ajoutée a augmenté de 7,8 % et son importance relative par rapport à l'ensemble du secteur manufacturier québécois a également augmenté, passant de 3,1 % à 3,4 %. Pendant la même période, la valeur ajoutée de l'ensemble du secteur québécois diminuait de 1,5 %.

Tableau 2.4 – Valeur ajoutée¹ dans le marché québécois des produits en papier transformé (SCIAN 3222) et de l'impression (SCIAN 3231) de 2001 à 2006

Année	SCIAN				
	3222 Fabrication de produits en papier transformé		3231 Impression et activités connexes de soutien		Ensemble du secteur manufacturier
	Valeur ajoutée (millions \$)	Importance relative	Valeur ajoutée (millions \$)	Importance relative	Valeur ajoutée (millions \$)
2001	1 435,1	2,6 %	1 710,3	3,1 %	55 596,1
2002	1 494,8	2,8 %	1 767,3	3,3 %	54 102,7
2003	1 292,0	2,6 %	1 821,0	3,6 %	50 488,6
2004	1 375,7	2,5 %	1 963,1	3,5 %	55 722,9
2005	1 316,6	2,3 %	1 880,1	3,3 %	56 154,8
2006	1 146,9	2,1 %	1 844,0	3,4 %	54 752,8
Ratio 2001/2006	-20,1%	-0,5p.p.	7,8%	0,3p.p.	-1,5%

Source: Statistique Canada. Tableau CANSIM 301-0003 et 301-0006.

Productivité

Le tableau 2.5 présente les données sur le ratio *salaires des employés de production* divisé par *les expéditions*, dans les sous-secteurs des produits en papier transformé (SCIAN 3222) et de l'impression (SCIAN 3231), de 2001 à 2006. Précisons que le ratio *salaires des employés de production/expéditions* est un indice de productivité des entreprises de

¹ La valeur ajoutée manufacturière correspond à la valeur des revenus découlant des biens fabriqués, en tenant compte de la variation nette des stocks de produits en cours de fabrication et de produits finis, moins le coût des matières et fournitures utilisées et le coût total en énergie, approvisionnement en eau et carburant pour véhicules ainsi que les montants versés pour du travail à forfait.

fabrication. Ainsi, un ratio de 11,5 % signifie que, pour produire 100 \$, les entreprises du secteur doivent dépenser 11,50 \$.

- En 2006, pour produire 100 \$ de biens manufacturés, cela coûtait 12,30 \$ aux entreprises du SCIAN 3222 et 16,60 \$ aux entreprises du SCIAN 3231, ce qui est plus cher que l'indice moyen québécois de 9,30 \$.
- Dans le cas de la fabrication de produits en papier transformé, pendant la période 2001-2006, l'augmentation de 1,8 points du ratio salaires des employés de production/expéditions traduit une baisse de la productivité de la main-d'œuvre.
- En impression et activités connexes de soutien, sur cinq ans, la productivité a augmenté puisque le ratio salaires des employés de production/expéditions a diminué de 3,1 points. Globalement, sur cinq ans, la productivité a chuté de 12,8 % dans le SCIAN 3222 et a augmenté de 15,7 % dans le SCIAN 3231. Pendant ce temps, la productivité augmentait de 16,2 % et dans l'ensemble du secteur manufacturier québécois.

Tableau 2.5 – Ratio salaires des employés de production/expéditions de 2001 à 2006

Année	SCIAN		
	3222 - Fabrication de produits en papier transformé	3231 – Impression et activités connexes de soutien	Ensemble du secteur manufacturier
	Ratio	Ratio	Ratio
2001	10,9 %	19,7 %	11,1 %
2002	11,5 %	17,4 %	10,9 %
2003	11,4 %	17,2 %	11,2 %
2004	12,2 %	17,5 %	10,3 %
2005	12,0 %	17,1 %	9,7 %
2006	12,3 %	16,6 %	9,3 %
Ratio 2001/2006	12,7 %	-15,7 %	-15,9 %

Source: Statistique Canada. Tableau CANSIM 301-0003 et 301-0006.

2.1.4 Contexte commercial et concurrentiel

Évolution prévisible du marché

La situation de la baisse des expéditions, de la diminution des exportations et de l'augmentation des importations dans les sous-secteurs de fabrication (SCIAN 3222 et 3231), présentée dans la section 2.1.3, sont autant d'indicateurs des défis que doit relever le secteur des communications graphiques. Si le marché de l'imprimerie évolue dans un contexte plus concurrentiel qu'auparavant, il demeure compétitif malgré la mondialisation et l'ouverture des marchés. Cela tient du fait que la plupart des produits, tels que les journaux ou circulaires promotionnelles, sont imprimés juste avant leur distribution. Il est alors difficile d'exporter ou d'importer.

Certaines entreprises ont atteint la taille critique pour distribuer leurs produits sur d'autres marchés, qu'ils soient américains ou internationaux. Avec la mondialisation du commerce, l'appréciation de la monnaie canadienne et le coût du transport en augmentation constante, la conjoncture est moins favorable à l'exportation qu'il y a quelques années. Les difficultés de Quebecor World sur le marché international, qui se sont soldés récemment par des ventes d'entreprises européennes, imposent un repositionnement dans les activités internationales. Quebecor World pourrait augmenter ses activités sur le marché local, ce qui aurait un impact sur certaines entreprises. 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.

Le tableau 2.6 présente les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises concernant les principaux changements survenus dans les marchés au cours des trois dernières années.

Tableau 2.6 – Principaux changements survenus dans les marchés

Concurrence accrue	50 %
Nouveaux équipements	43 %
Fusions ou acquisitions	21 %
Nouveaux produits	18 %
Force du dollar canadien	2 %
Aucun changement	1 %
Ne sait pas	8 %

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

On constate que 50 % des entreprises estiment que la concurrence s'est accrue au cours des dernières années; 43 % des entreprises ont acquis de nouveaux équipements et 18 % d'entre elles ont développé de nouveaux produits. 21 % des entreprises ont constaté des changements dus à des fusions et acquisitions d'entreprises et seulement 2 % des entreprises attribuent les changements à la force du dollar canadien.

Les groupes de discussion et les entrevues en profondeur auprès d'entreprises révèlent que les changements dans le marché de l'imprimerie et des activités connexes de soutien vont forcer les entreprises à innover ou à se tailler des niches pour consolider leurs activités et survivre à la concurrence. Les entreprises interrogées disent qu'elles devront composer avec divers facteurs qui ont un impact direct sur la production et la rentabilité : équipements technologiques qui coûtent de plus en plus cher, prix à la baisse des produits finis, clientèle plus exigeante sur les plans de la qualité et des délais, appréciation du dollar canadien et coûts à la hausse des frais de transport.

L'étude a permis de mettre en perspective plusieurs cas d'entreprises qui se positionnent en innovant ou en se spécialisant. Par exemple, certaines imprimeries ont développé des activités d'archivage informatisé de données ou de gestion des stocks des imprimés. Le publipostage est une autre activité sur laquelle se positionnent plusieurs imprimeries commerciales. D'autres entreprises fragmentent leurs activités et offrent des services plus pointus. Auparavant, toutes les étapes de production faisaient partie des activités de base des entreprises d'impression. Certaines entreprises, maintenant, se spécialisent dans 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-reliure ou encore se spécialisent dans des procédés complémentaires. Pour les entreprises qui font appel à la sous-traitance, le défi est de s'assurer que les opérations demeurent rentables et conformes aux devis de production.

Enfin, dans certains cas, au lieu d'acheter un équipement pour des activités moins usuelles, une entreprise fait appel à un concurrent pour la production d'un produit d'imprimerie particulier. Par exemple, une entreprise qui utilise des presses rotatives peut faire appel à une autre pour les impressions sur presses à feuilles. Les employés interrogés ont confirmé la tendance pour l'entreprise de conclure avec un client sur tous les aspects d'une commande et de donner en sous-traitance les aspects qu'elle ne peut réaliser.

Les personnes interrogées ont souligné que les grandes entreprises ont plus de potentiel pour réorganiser leurs activités. Elles peuvent, à l'intérieur même de leur organisation, développer des produits de niche ou faire appel à de la sous-traitance en cas de débordement. Elles peuvent même réorganiser leur entreprise en sections spécialisées de sous-traitance. Une même entreprise peut avoir, par exemple, trois départements de sous-traitance.

Exportations

Les entreprises qui exportent aux États-Unis, ailleurs au Canada et en Europe occupent souvent des niches et peuvent fabriquer, par exemple, des papiers commerciaux variés, des étiquettes spécialisées pour le vin ou des boîtes de qualité pour les parfums et produits de beauté ou des emballages pour les produits pharmaceutiques. Elles peuvent imprimer journaux d'ici et d'ailleurs, magazines et répertoires divers.

Il faut noter que dans le secteur des communications graphiques, comme dans l'ensemble des secteurs du Québec d'ailleurs, la valeur du dollar canadien affecte les exportations, mais moins pour les produits de niche. Le marché américain demeure intéressant également pour les tirages courts et moyens. Une ville comme New York est encore ouverte pour les produits haut de gamme, les arts et la publicité en autant que les délais soient acceptables.

À partir de la base de données ICRIQ qui contient environ les trois quarts des entreprises de l'univers des SCIAN 3222, 3231 et 54143, il est possible de raffiner l'analyse des entreprises relativement à leurs activités d'exportation. Soulignons qu'une part appréciable des micro entreprises (0-4 employés) sont absentes de la base ICRIQ.

Déjà, dans le tableau 2.3, il a été possible d'établir l'importance des activités d'exportation dans le secteur des communications graphiques, mais pour la fabrication seulement. La base de données ICRIQ permet d'ajouter le SCIAN 54143 et d'analyser les activités de vente au Québec et dans d'autres provinces canadiennes (tableau 2.7) ainsi que l'exportation dans le monde (tableau 2.8).

À partir des données du tableau 2.7, on constate que :

- La quasi totalité des entreprises vend au Québec (au moins 98 %).
- 40 % d'entre elles vendent ailleurs au Canada. Cette proportion est nettement plus élevée chez les entreprises de fabrication de produits en papier transformé (84 %) et moindre chez les entreprises d'impression (39 %) et de services de design graphique (41 %).

- Parmi les entreprises qui vendent ailleurs au Canada, la très grande majorité (94 %) vend en Ontario, près de 60 % vendent dans les provinces de l'Atlantique et 46 % vendent dans l'Ouest du Canada. Dans ce dernier cas, les entreprises du sous-secteur fabrication de produits en papier transformé sont particulièrement actives : 69 % d'entre elles vendent dans les provinces atlantiques et 63 %, dans les provinces de l'Ouest.

Les données du tableau 2.8 montrent que :

- Le nombre d'entreprises qui exportent à l'extérieur du Canada est globalement assez bas, soit seulement 308 entreprises parmi 1 091 (28 %). La proportion d'exportateurs est élevée dans le sous-secteur fabrication de produits en papier transformé (71 %). Dans les deux autres sous-secteurs, 25 % des entreprises de l'impression et activités connexes de soutien et 26 % de celles des services de design graphique exportent.
- Parmi les entreprises exportatrices, la quasi-totalité (96 %) exporte vers les États-Unis. Peu d'entre elles exportent en Europe (20 %), vers les Amériques en excluant les États-Unis (15 %) et en Asie-Afrique-Océanie (11 %). Il faut noter, toutefois, que 41 % des entreprises des services de design graphique, qui exportent hors frontière, exportent vers l'Europe, ce qui est nettement plus élevé que les entreprises de fabrication (15 % pour le SCIAN 3222 et 17 % pour le SCIAN 3231).
- On peut présumer que l'exportation sera en croissance au cours des prochaines années. En effet, 165 entreprises (15 % du total) 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. D'ailleurs, parmi les entreprises rencontrées, certaines ont exprimé leur volonté d'accroître leurs exportations, très marginales pour l'instant, ou encore d'exporter lorsqu'elles ne le font pas.

Tableau 2.7 – Entreprises du secteur des communications graphiques : activités de vente au Québec et au Canada

Territoire de vente	SCIAN 32221 et 32222		SCIAN 3231		SCIAN 54143		Total	
	Nb	%	Nb	%	Nb	%	Nb	%
Québec	80	99	894	98	213	98	1 187	98
Ailleurs au Canada	68	84	357	39	68	31	493	41
Ontario	66	97	332	93	65	96	463	94
Provinces atlantiques	47	69	210	59	30	44	287	58
Provinces de l'Ouest	43	63	150	42	33	48	226	46
Total	81		908		217		1 206	

Source : ICRIO, données traitées par DBSF-DAA Stratégies.

SCIAN 32221 : fabrication de contenants en carton; SCIAN 32222 : Fabrication de sacs en papier et de papier couché et traité; SCIAN 3231 : Impression et activités connexes de soutien; SCIAN 54143 : services de design graphique.

Tableau 2.8 – Entreprises du secteur des communications graphiques : activités d'exportation et destination des exportations (extérieur du Canada)

Activités d'exportation	SCIAN 32221 et 32222		SCIAN 3231		SCIAN 54143		Total	
	Nb	%	Nb	%	Nb	%	Nb	%
N'exporte pas	14	18	506	61	98	55	618	57
N'exporte pas mais intéressé à le faire	8	11	122	15	35	20	165	15
Exporte	54	71	208	25	46	26	308	28
Etats-Unis	54	100	205	99	36	78	295	96
Amériques (sauf É-U)	12	22	26	12	7	15	45	15
Europe	8	15	35	17	19	41	62	20
Asie, Afrique, Océanie	6	11	21	10	7	15	34	11
Total	76	100	836	100	179	100	1 091	100
Information non disponible	5		72		38		115	

Source : ICRIO, données traitées par DBSF-DAA Stratégies.

SCIAN 32221 : fabrication de contenants en carton; SCIAN 32222 : Fabrication de sacs en papier et de papier couché et traité; SCIAN 3231 : Impression et activités connexes de soutien; SCIAN 54143 : services de design graphique.

2.2 PRODUCTION, TECHNOLOGIES ET RECHERCHE-DÉVELOPPEMENT

Les produits finis des communications graphiques se présentent soit sur support physique ou sur support virtuel. Les imprimés physiques prennent la forme de produits tels 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. Pour ne pas alourdir la description de la chaîne de production graphique présentée à la section 2.2, les différents procédés d'impression utilisés et quelques procédés de finition ou procédés complémentaires sont présentés préalablement.

2.2.1 Procédés d'impression et de finition

L'impression est l'étape centrale de la production des produits finis sur support physique, soit l'imprimé. Les entreprises utilisent des procédés variés qui déterminent le choix des presses et le type de produits finis.

Presse et procédé d'impression

La presse, qui est l'équipement central de la production de l'imprimé, est de plus en plus numérisée et performante. La vitesse et la rentabilité sont à l'avant-plan dans le choix d'une presse et l'investissement, généralement coûteux, s'accompagne souvent d'une rationalisation des tâches. Les presses sont spécialisées selon les procédés d'impression : lithographie, flexographie et sérigraphie.

Lithographie offset (WEB)

Un procédé lithographique s'appuie sur la répulsion de l'encre et de l'eau sur des plaques gravées. Contrairement à d'autres procédés lithographiques, l'impression offset utilise le transfert sur une feuille de tissu caoutchouteux (blanchet) recouvrant un cylindre et qui est encrée par contact avec les plaques. La lithographie comme procédé d'impression fait appel à deux grands types de presses : l'offset à feuilles et l'offset rotative. La vitesse d'exécution et le coût de production sont les principaux avantages de ce type d'impression.

Les presses offset à feuilles sont alimentées avec du papier en feuilles de presse de formats très divers. Les principaux produits imprimés sont des publicités, des livres, des catalogues, des affiches, des étiquettes et des boîtes pliantes en carton plat.

Les presses offset rotatives sont alimentées à partir de bobines de papier de dimension variable; la vitesse d'impression est très élevée, pouvant atteindre 3 000 pieds à la minute et le coût de production est avantageux. Sur les petites presses rotatives (papier moins de 36 pouces), on réalise des formules d'affaires, de l'impression à plat d'enveloppes et d'étiquettes, de publipostages (avec enveloppe de retour pré encollées). L'impression offset sur grandes presses rotatives (36 pouces et plus) est utilisée pour réaliser l'impression des journaux, catalogues, circulaires, outils de publicité et de marketing en grand nombre.

Flexographie

La flexographie est un procédé d'impression dominant dans l'industrie de l'emballage. La flexographie est un procédé d'impression direct utilisant des plaques souples en relief faites de caoutchouc ou de polymère et qui fait appel à un type de presse spécifique. La flexographie permet d'imprimer des emballages en carton plat, des cartons ondulés, des emballages souples, des emballages liquides, des étiquettes, des formules d'affaire et des enveloppes. La technologie «directe à la plaque» s'impose sur le marché des produits de la flexographie, et la numérisation et l'utilisation des encres UV rendent ce procédé de plus en plus compétitif par rapport à l'impression offset. La popularité de la flexographie augmente, car on peut utiliser plus de quatre couleurs (presses offset), de fait cinq ou six, voire dix couleurs différentes. Les principaux avantages de la flexographie sont reliés à son faible coût et à ses nombreuses possibilités d'utilisation sur toutes sortes de surfaces.

Sérigraphie

La sérigraphie est un procédé qui utilise un écran très fin monté sur cadre, le plus souvent de la soie. Un pochoir appliqué sur l'écran protège les parties non imprimantes. Les parties imprimantes laissent passer les encres appliquées en couche épaisse. La sérigraphie est employée sur une grande variété de supports : cuir, tissus, métal, verre, bois, céramique et plastique. Les produits imprimés sont, par exemple, des vêtements, présentoirs, panneaux, kiosques, bannières, panneaux publicitaires. La sérigraphie, le plus ancien procédé d'impression, prend également un virage technologique et numérique. Le matériel sérigraphique numérique à jet d'encre, la gravure directe des écrans, les encres UV et l'automatisation de différentes étapes de production permettent à ce procédé d'atteindre une qualité d'impression comparable à l'offset.

Impression numérique

Le procédé de l'impression numérique englobe plusieurs technologies d'impression directe de l'ordinateur à l'imprimé sans passer par la gravure de plaques. Les presses numériques appartiennent à deux grandes catégories.

Une première catégorie des presses numériques utilise l'électrophotographie (photoconducteurs exposés au laser) : des têtes imprimantes qui appliquent le «toner» ou encre liquide. Il s'agit d'un procédé de presse inspiré des photocopieurs qui est rentable pour un nombre d'exemplaires inférieur à 500.

Les presses numériques de la seconde catégorie sont des presses offset transformées dans lesquelles les plaques sont exposées à même la presse. La technologie offset a été adaptée : les encres sont différentes, il n'y a plus de solution de mouillage (on parle de dry offset). Ces presses ne permettent pas l'impression de contenus variables et conviennent pour des tirages à 1 000 exemplaires. L'impression numérique est privilégiée pour :

- l'impression recto verso couleur en microtirages (les coûts unitaires de reproduction limitent son usage aux tirages de moins de 1 000 exemplaires);
- l'impression à contenu variable (on peut varier les informations imprimées sur chaque exemplaire; personnaliser en fonction du destinataire et modifier le message selon le profil de la clientèle;
- l'impression sur demande.

Finition, reliure et procédés complémentaires

Dans le processus de production sur support physique, la finition et la reliure sont marquées par la disparition graduelle de procédés plus traditionnels et artisanaux et la multiplication et le raffinement des procédés utilisés pour répondre à des demandes pointues. L'équipement de pointe est très performant, cette étape devrait également se numériser de plus en plus dans l'avenir. Comme telle, l'activité reliure n'est pas toujours nécessaire au produit fini. Les procédés habituels de finition et reliure sont :

- le pliage,
- le brochage,
- le découpage au massicot,
- l'assemblage ou encartage,
- le trouage,
- la reliure (thermoplastique, cousue, caisse, mécanique ou artisanale).

S'ajoutent des procédés complémentaires qui font appel à des techniques spécifiques. Il peut s'agir, selon le cas, d'un type bien particulier de finition pouvant permettre d'imprimer un élément ou de compléter une finition. Voici quelques procédés complémentaires.

Gaufrage

Le gaufrage consiste à recréer sur un support, à l'aide d'une matrice en métal appliquée avec une forte pression, un élément graphique (un titre, logotype, image ou autre) en lui donnant un effet de relief (embossage) ou de creux (débossage).

Estampage

L'estampage à chaud ou à froid consiste à imprimer sans encre sur le support, mais à l'aide d'une pellicule d'aluminium appliquée avec une forte pression.

Découpage

Le découpage insère des lames de découpe; les découpes peuvent prendre des formes qui dérogent aux standards.

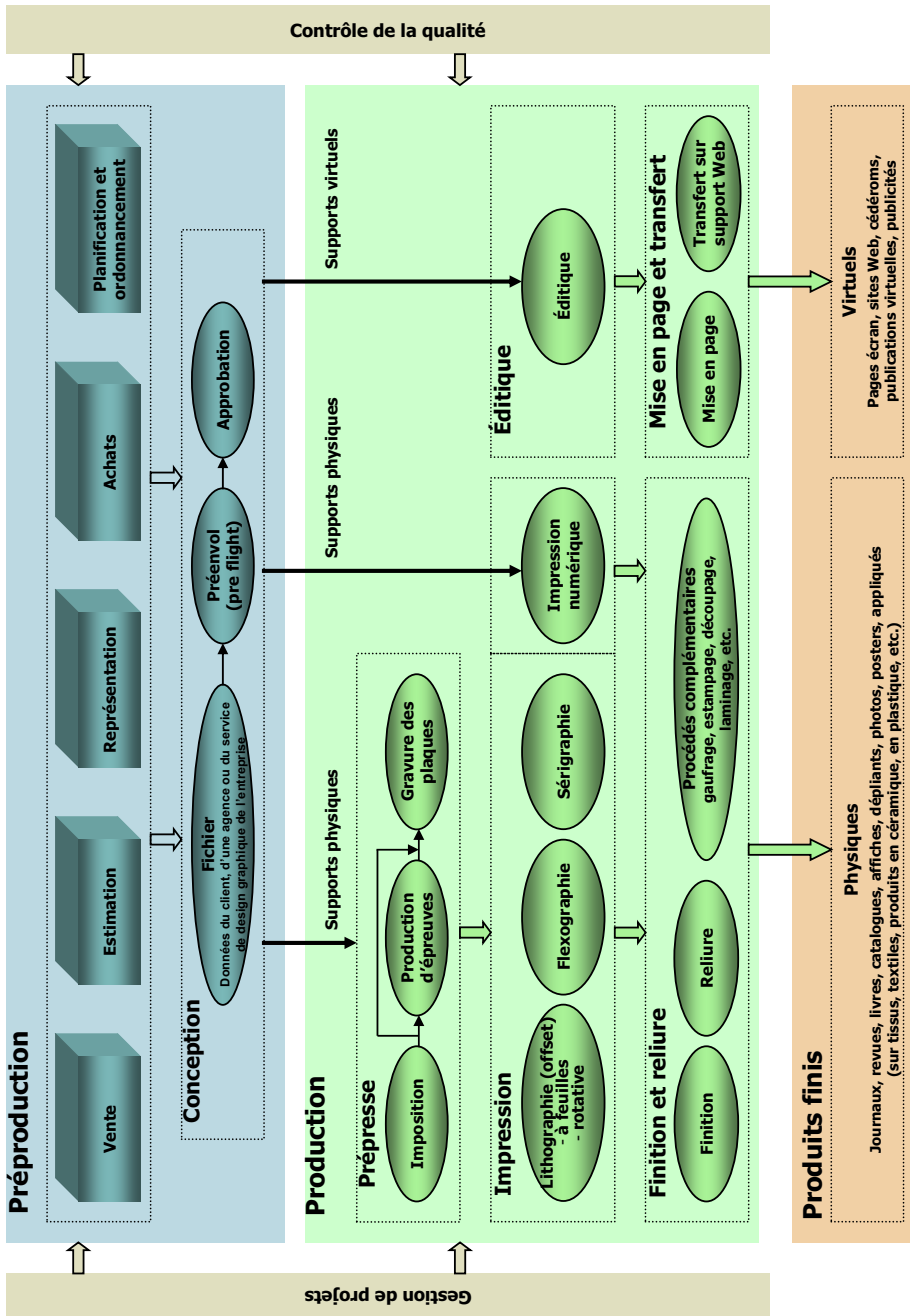
Laminage

Le laminage consiste à appliquer une pellicule de propylène, de polyester ou de plastique sur l'ensemble d'une surface pour la protéger.

2.2.2 Chaîne de production

Le schéma présenté à la figure 2.1 illustre les différentes étapes de la chaîne de production dans le secteur des communications graphiques et tient compte des étapes communes des deux supports possibles des produits finis, soit le support physique et le support virtuel.

Figure 2.1 – Secteur des communications graphiques – chaîne de production



Préproduction

Que les produits finis soient sur support physique ou support virtuel, la production est tributaire de la préproduction, une grande étape préalable à l'impression qui comporte diverses activités et tâches (achat, représentation, estimation, vente, conception, etc.). Dans les grandes entreprises, les activités et tâches en préproduction sont spécialisées et peuvent relever de plusieurs personnes. Dans les petites et moyennes entreprises, une personne peut assumer plusieurs tâches.

Achats

L'acheteur a la responsabilité d'assurer la disponibilité des produits consommables selon un principe du «juste à temps». Il gère les commandes et l'inventaire des matières premières (encres, papier, cartonnage, etc.) et la réception.

Vente et représentation

Le représentant aux ventes obtient d'un client potentiel une demande pour un projet de communications graphiques. Il demande une soumission à l'estimateur et sur cette base complètera la transaction avec le client. Le client produira ou fournira son fichier à l'entreprise.

Estimation

L'estimateur de l'entreprise prépare une soumission qu'il soumet au vendeur, et qui tient compte de l'ensemble des demandes du client.

Chargé de projets

Le chargé de projets (CSR) ouvre le dossier, c'est la personne qui fait le lien entre la vente et la production, et ce poste est de plus en plus important. Parfois, dans le cas de très gros clients, le chargé de projets est responsable d'une seule entreprise (exemple : Bell Canada, Readers Digest, etc.). Il est la personne qui fait le lien entre la vente et le service au client, il assume des tâches de représentation.

Planification et ordonnancement

La planification et l'ordonnancement des étapes de production, les cédules et autres activités de coordination de la réalisation des projets sont prévus à l'avance, avant de passer à la production comme tel, et le chargé de projets est mis à contribution dès la préproduction. Avant la production, il y a une phase de conception au cours de laquelle est élaboré un fichier à imprimer ou à traiter sur support virtuel. Cette étape est en partie assumée par un client, agence ou service de design graphique qui livre le fichier à l'entreprise.

De fait, les fichiers numérisés sont maintenant à la base des projets des communications graphiques et les entreprises les intègrent par la suite directement à la chaîne de production. Ainsi, la conception des fichiers à imprimer fait partie de la préproduction. La saisie des données (textes et images) et la mise en page sont de plus en plus (et presque toujours maintenant) réalisées par des agences spécialisées ou les clients eux-mêmes. Les étapes traditionnelles de saisies sont donc presque disparues de l'étape de prépresse de jadis, une étape qui, maintenant, commence plutôt par l'imposition. À l'étape de la

conception, les entreprises font appel à des expertises en graphisme. Cette étape est maintenant très numérisée et informatisée, et le client est en quelque sorte devenu le fournisseur du concept à imprimer; il est intégré en quelque sorte à la chaîne de production.

Avant d'entrer en production comme tel, il reste au niveau de la conception le «préenvol» ou *pre flight* qui consiste à vérifier le fichier du client et à apporter les corrections et ajustements, le cas échéant, et obtenir l'approbation du client. Les activités de préenvol et d'approbation par le client sont de fait des activités communes préalables à la production, peu importe le support des produits finis, qu'il soit physique ou virtuel. Ensuite, la production comme telle débutera.

Production

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.

Prépresse

Le prépresse débute par l'imposition (détermination du nombre de pages par unité de support, couleurs, etc.). Ensuite, selon les entreprises et l'équipement utilisé, on passe aux étapes du montage des films et production d'épreuves ou, de plus en plus directement, de l'imposition à la gravure de plaques.

La numérisation est de plus en plus utilisée même dans la préparation des plaques qui deviennent le support physique à l'impression (ici, un employé a facilement remplacé six ou sept personnes). La tendance lourde à venir est de passer directement de la conception des fichiers à l'impression.

Impression

C'est le procédé choisi qui caractérise d'abord l'impression, la deuxième étape de la chaîne de production. Les principaux procédés utilisés sont la lithographie, la flexographie et la sérigraphie et les applications selon le procédé utilisé sont variables.

La lithographie offset (que certains appellent webset) fait appel à des presses à feuilles ou presse rotatives. La flexographie et la sérigraphie sont deux autres procédés d'impression nécessaires dans la production de produits de carton, par exemple, ou d'impression sur des supports autres que le papier et le carton. Quant à l'impression numérique, qui pour l'utilisateur s'apparente aux photocopieurs très performants, précisons que le fonctionnement interne de l'équipement est de type presse offset.

Finition-reliure et procédés complémentaires

La dernière étape de la chaîne de production, la finition et la reliure, permet de livrer les produits imprimés finis. Dans les petites et moyennes entreprises, les deux activités sont souvent réunies, mais elles peuvent constituer des activités d'envergure d'un département spécifique dans les grosses entreprises. Les opérations de finition prennent la forme d'activités telles que : pliage, coupe, brochage, collage, etc.

Dans les PME, la finition et la reliure sont généralement réunies. Dans d'autres entreprises, plus grosses ou spécialisées, la reliure est suffisamment importante et on distingue la finition de la reliure. Enfin, les procédés complémentaires permettent de spécialiser la finition de certains produits sur support physique. Les produits finis prennent la forme de journaux, revues, livres, catalogues, affiches, dépliants, posters, appliqués sur cartons, tissus, céramiques, plastiques, boîtes diverses, etc.

Dans le cas des supports virtuels, l'impression est remplacée par des activités d'édition. Dans le schéma 2.1, relativement au processus de production virtuelle, après l'étape de l'édition, on passe à la mise en page et au transfert sur support WEB de la publication virtuelle, ce qui donne des produits finis prenant la forme de pages écrans, de sites WEB, de cédéroms, de publications virtuelles variées ou de publicités.

Gestion de projet et contrôle de la qualité

Dans l'ensemble de la chaîne de production, de la préproduction jusqu'aux produits finis, à toutes les étapes, les entreprises assurent une gestion efficiente des projets et un contrôle de la qualité des produits. Il s'agit de fonctions transversales dans la chaîne de production qui permettent, dans le cas de la gestion des projets, un ordonnancement efficace des étapes tout en assurant un rendement optimal en matière de vitesse et de coût de production.

Le contrôle de la qualité s'exerce d'abord avec le client pendant la conception ou à la remise des fichiers et ensuite pendant le préenvol (vérification des fichiers) et se poursuit au travers des étapes de production jusqu'à la finition et ce, afin de déceler au bon moment les ajustements nécessaires aux divers équipements en tenant compte des devis de production et des commandes des clients.

Étapes de production et procédés d'impression dans les entreprises sondées

Pour conclure cette section, on présente au tableau 2.9 les résultats de l'enquête auprès de 244 entreprises des secteurs SCIAN 3222 (fabrication de produits en papier transformé), 3231 (impression et activités connexes de soutien) et 5111 (éditeurs) relativement aux étapes de production présentes dans les entreprises et aux procédés d'impression qu'elles utilisent.

Tableau 2.9 – 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)	
Étapes de la chaîne graphique incluses dans le processus de production				
Préresse	70 %	80 %	71 %	78 %
Impression	100 %	87 %	49 %	81 %
Finition reliure	25 %	75 %	29 %	63 %
Procédés complémentaires	65 %	53 %	24 %	49 %
A recours à la sous-traitance dans le pré presse	35 %	46 %	40 %	44 %
Procédés d'impression utilisés				
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 des communications graphiques.

Dans l'ensemble, les entreprises sondées intègrent toutes les étapes de production, mais dans des proportions variables : 81 % font de l'impression, 78 % maintiennent des activités de préresse, 63 % font de la finition-reliure et 49 % utilisent des procédés complémentaires. On constate que 44 % des entreprises font appel à des sous-traitants et ce, de façon relativement équivalente dans tous les SCIAN. Selon les entreprises interrogées dans les groupes de discussions, la sous-traitance est utilisée pour soit réaliser certaines étapes de production ou réaliser des commandes à volume élevé.

Au tableau 2.9, on constate l'importance de l'impression numérique comme processus utilisé par les entreprises sondées. 55 % des entreprises utilisent ce procédé et le pourcentage des utilisateurs grimpe jusqu'à 62 % dans le SCIAN 3231 (impression et activités connexes de soutien). Bien que de pourcentage moindre, l'impression numérique est également un procédé très utilisé dans le SCIAN 5111 (édition) avec 47 %.

La lithographie offset à feuilles est le deuxième procédé d'impression le plus important : au total 46 % des entreprises sondées l'utilisent et le pourcentage est plus élevé dans le SCIAN 3231 où il atteint 56 %.

Ce sont les entreprises du SCIAN 3222 (fabrication de produits en papier transformé) qui, proportionnellement, utilisent le plus la flexographie (60 %). Quant à la sérigraphie, ce procédé est utilisé par 19 % des entreprises sondées et, proportionnellement, ce sont celles du SCIAN 3231 (impression et activités connexes de soutien) qui fabriquent le plus des produits finis en utilisant ce procédé d'impression (22 %).

Les entreprises sondées qui fabriquent des produits en papier transformé (SCIAN 3222) impriment toutes (100 %) et une majorité (70 %) maintient des activités de préresse. Une

partie importante de ces entreprises (65 %) utilise des procédés complémentaires, mais elles ont peu d'activités de finition-reliure (25 %). Enfin, 60 % de ces entreprises utilisent la flexographie. Elles utilisent également le procédé d'impression lithographie offset (20 % les presses à feuilles et 20 % les presses rotatives).

Parmi les entreprises sondées du sous-secteur de l'impression et des activités connexes de soutien (SCIAN 3231), 87 % impriment. Une nette majorité de ces entreprises (80 %) a des activités de prépresse et de finition-reliure (75 %) et 53 % utilise des procédés complémentaires. Une grande proportion de ces entreprises utilise le procédé d'impression offset à feuilles (56 %) et encore plus l'impression numérique (62 %).

Du côté de l'édition (SCIAN 5111), à peine la moitié des entreprises imprime, mais 71 % d'entre elles maintiennent des activités de prépresse. Les activités de finition et reliure sont moins importantes dans ce secteur d'activité (29 %) et peu d'entreprises utilisent des procédés complémentaires (24 %). On peut émettre l'hypothèse que les entreprises de ce SCIAN produisent de plus en plus sur des supports virtuels.

2.2.3 Technologies de production et recherche-développement

L'informatisation et la numérisation des procédés et des équipements ont provoqué des transformations majeures dans la chaîne de production graphique traditionnelle. Les changements sont structuraux 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.

La numérisation de la sortie est reliée au développement des systèmes CTF (Computer To Film). Avec l'avènement des systèmes CTP (Computer To Plate), la plaque est directement insolée à partir de l'ordinateur sans passer par le film. Enfin, certains systèmes permettent de passer directement de l'ordinateur à la presse, soit parce que la plaque est produite dans la presse elle-même (presse DI ou *Direct Imaging*), soit parce qu'il n'y a plus de plaque, comme dans le cas des presses entièrement numériques.

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, dans le SCIAN 3231 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 ce procédé d'impression (tableau 2.9).

Bien que seulement 49 % des entreprises sondées du SCIAN 5111 (édition) impriment, 47 % des entreprises du même SCIAN utilisent l'impression numérique, ce qui confirme que l'impression numérique est devenue très importante dans ce SCIAN. Enfin, il faut signaler que les entreprises interrogées dans les groupes de discussion mentionnent que le procédé d'impression numérique a permis de développer de nouveaux marchés, notamment celui du court tirage et de l'impression sur demande.

Les changements technologiques dans les étapes du prépresse et de l'impression ont également des impacts significatifs sur les activités de la finition et de la reliure puisque certaines les nouveaux modèles de presses performantes intègrent certaines de ces activités. Les autres changements à signaler dans la finition et la reliure sont principalement le fruit de l'automatisation de plus en plus poussée des procédés.

Enfin, les entrevues en profondeur et groupes de discussion menés auprès des entreprises et des employés confirment que dans le secteur des communications graphiques l'intégration des nouvelles technologies se poursuivra au cours des prochaines années et qu'elle affectera les étapes de l'impression. Même l'étape du prépresse, qui a connu plus que son lot de bouleversements, n'y échappera pas.

Nature de la recherche-développement (R-D)

Le motif à la base de l'innovation et de la R-D dans le secteur des communications graphiques est la recherche d'une plus grande rentabilité pour rester compétitif, ce qui se traduit par 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.

C'est par l'acquisition d'équipement qu'en général une entreprise suit le courant des changements technologiques. L'équipement acquis, qu'il s'agisse de presses, d'équipement de finition ou de procédés complémentaires, est généralement américain ou européen. Les presses chinoises ont la réputation de ne pas être fiables. Quant à la presse numérique, il s'agit d'un équipement plutôt américain. Le papier est généralement européen et les encres sont produites par les États-Unis.

L'impression se fait à très grande vitesse, les produits imprimés peuvent être d'un haut niveau de qualité, certaines niches se développent pour des produits très spécialisés, notamment dans l'impression commerciale. L'investissement dans le nouvel équipement d'impression se fait de façon régulière pour soutenir la concurrence. Les améliorations technologiques de l'équipement d'impression sont constantes et régulières.

Les initiatives innovantes sont plutôt reliées aux produits finis, souvent des produits de niches. Nous développerons cet aspect en traitant des tendances en matière de produits finis à la section 2.2.5.

Changements observés dans les entreprises sur le plan technique

Le tableau 2.10 présente les résultats de l'enquête auprès de 244 entreprises des sous-secteurs SCIAN 3222 (fabrication de produits en papier transformé), 3231 (impression et activités connexes de soutien) et 5111 (éditeurs) concernant les principaux changements survenus sur le plan technique au cours des trois dernières années.

Tableau 2.10 – Principaux changements survenus au plan technique

Achat d'équipement de prépresse	27 %
Achat de presses numériques	22 %
Achat de presses sauf des presses numériques	16 %
Achat d'équipement de finition et de reliure	15 %
Achat d'équipement pour les procédés complémentaires	15 %
Nouveaux équipements et/ou logiciels informatiques	5 %
Aucun changement	6 %
Ne sait pas	21 %

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

Les principaux changements survenus sur le plan technique dans les entreprises sondées sont reliés aux acquisitions d'équipement. Dans l'ordre, au cours des trois dernières années, les entreprises ont d'abord acquis de l'équipement de prépresse (27 %) et des presses numériques (22 %). 16 % d'entre elles ont acquis d'autres types de presses, 15 % de l'équipement de finition-reliure et 15 % de l'équipement de procédés complémentaires. Derrière les choix des entreprises, la numérisation des étapes de production est encore au cœur des acquisitions, tant dans le renouvellement de l'équipement de prépresse que dans l'équipement de presse qui est en premier lieu numérique.

Impact des changements technologiques sur les étapes de production

Les entreprises des communications graphiques visent la productivité et la rentabilité et l'introduction d'un nouvel équipement vise à rationaliser la production et les tâches.

Le prépresse traditionnel, qui comprenait l'ensemble des activités préalables à l'impression : 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. Le prépresse fait maintenant appel aux compétences en infographie et la numérisation est utilisée même dans la préparation des plaques (en aluminium) 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, préenvol et approbation par le client), le prépresse ne comprend plus que les activités suivantes : imposition, production d'épreuves, gravure des plaques. Et la tendance de l'avenir est le « on line », directement du fichier à la presse.

Les produits de l'impression sont assemblés au terme du processus d'impression (dépliant, brochure, publicité, etc.) selon des procédés de finition-reliure ou traités selon des procédés complémentaires qui se numérisent et s'automatisent également.

En conclusion, les principaux changements techniques des dernières années pour les entreprises du secteur sont tous reliés à l'acquisition de nouveaux équipements à toutes les étapes de production. La tendance est forte et incontournable. Il y a une constante recherche d'équipement performant pouvant avoir un impact sur la vitesse de production et la rentabilité.

Impact des changements technologiques sur la main-d'œuvre

Le personnel des métiers de l'imprimerie a exercé son art en s'appuyant sur une vaste connaissance des matériaux et des équipements qu'il utilisait et sur une longue accumulation de savoirs et d'expérience. Les employés comprenaient le parcours linéaire des étapes de production, ils y voyaient une certaine continuité et pouvaient s'adapter graduellement aux changements. L'univers des communications graphiques s'est massivement numérisé et informatisé, avec une conséquence directe sur les emplois. Pour les gens du domaine, l'informatisation et la numérisation de la chaîne graphique constituent une coupure dans l'histoire de l'imprimerie.

Les premiers bouleversements se sont manifestés dans le prépresse et l'impression et ce, depuis une quinzaine d'années. Au fur et à mesure des changements technologiques, des métiers ont disparu ou se sont transformés, d'autres ont été créés, et certains nouveaux métiers sont sur le point de disparaître à leur tour. De fait, la révolution technologique transforme radicalement les métiers. C'est d'ailleurs le phénomène dominant, la mutation des métiers, et non la création massive de postes. Peu d'entreprises interrogées envisagent de créer de nouveaux postes dans les secteurs du prépresse ou de l'impression.

L'informatisation et la numérisation de l'équipement, et par conséquent des étapes de production, a 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, de plus en plus numérisée et informatisée; 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, par exemple, 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.

À la numérisation des textes a succédé la numérisation des images, ce qui a notamment entraîné la disparition quasi complète de l'étape de la saisie de l'information. Aux artisans spécialisés qu'étaient les typographes, les pelliculeurs, les monteurs et autres clicheurs, ont succédé des techniciens dont plusieurs, sinon la vaste majorité, doivent alors détenir des compétences dans le domaine de l'infographie. Les tâches du pressier qui opère des presses programmables ou numérisées, par exemple, ne sont plus les mêmes. Les compétences générales exigées du premier pressier et de l'opérateur de presse numérique se distinguent fortement; ainsi, les infographes sont les principaux opérateurs des équipements d'impression numérique. Les étapes d'assemblage et de finition se transforment. Souvent les produits prennent déjà leur aspect final en sortant de presse.

L'étape de l'impression voit également le personnel diminuer au fur à mesure du remplacement des presses par des presses numérisées performantes. Les tâches changent et les opérateurs doivent développer des compétences techniques sur le nouvel équipement. Certaines entreprises introduisent de l'équipement robotisé, surtout pour les manipulations exigeantes physiquement (bobines de papier et palettes de produits finis).

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 continuels. 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.

Les groupes de discussion des employés indiquent qu'il y a moins de travailleurs quand on introduit du nouvel équipement, que plusieurs métiers sont effectivement abolis et que les travailleurs qui restent doivent s'adapter aux changements et à l'équipement neuf. Les employés interrogés disent qu'ils travaillent plus avec les ordinateurs, qu'ils doivent développer de nouvelles compétences et que leur emploi est moins dangereux. Certains opérateurs sont parfois momentanément dans l'incapacité d'être productifs, car la formation sur le nouvel équipement est superficielle et hâtive. Pourtant, ils doivent demeurer performants, car la vitesse de production ne change pas, ce qui est difficile. En général, quelques personnes maîtrisent plus rapidement l'équipement et transmettent leur savoir aux autres.

Les employés interrogés mentionnent l'impact sur les personnes du nouvel équipement qui impose le développement de nouvelles habiletés techniques, une bonne concentration et de bonnes capacités de compréhension (intellectuelles). Rester à jour et composer avec la grande vitesse de l'équipement sont des causes importantes de stress pour le personnel en place à qui les entreprises demandent régulièrement de s'adapter et de soutenir la cadence. L'introduction d'une nouvelle machine implique habituellement une formation interne afin d'apprendre à l'opérer, il faut parfois apprendre soi-même à maîtriser un nouveau logiciel (infographe). De façon générale, les employés disent qu'ils relèvent les défis qu'imposent les changements technologiques.

2.2.4 Normes de qualité

Les normes dans l'industrie des communications sont reliées à la qualité de l'impression et, en particulier, à la justesse des couleurs. Parmi les normes du secteur, nous avons retenu les plus mentionnées par les entreprises interrogées : GRACOL, SWOP, PMS et FSC.

GRACOL

Les normes *GRACOL* (General Requirements for Applications in Commercial Offset Lithography) s'appliquent aux empreintes de presse. Elles visent à améliorer les communications et l'enseignement des arts graphiques en conservant la précision et la pertinence des textes GRACOL qui rendent compte de l'influence et de l'impact des nouvelles technologies dans le secteur commercial de la lithographie offset. Il s'agit d'une source de référence dans l'industrie pour l'impression couleur de qualité. Les normes GRACOL sont en soutien aux acheteurs en imprimerie, aux concepteurs designers, aux donneurs d'ouvrage en permettant de travailler plus efficacement avec les fournisseurs d'impression. GRACOL contient les normes de référence sur le processus lithographique, c'est en quelque sorte une trousse à outils constituée de normes, conseils et réponses à des problèmes usuels.

SWOP

Les normes *SWOP* (*Standard Web Offset Printing*) sont des normes de standardisation des couleurs qui visent à élever le niveau de qualité des publications et imprimés en mettant de l'avant les caractéristiques, les tolérances et la conformité aux meilleures procédures, elles-mêmes fondées sur l'expérience acquise. Afin d'assurer une valeur ajoutée à l'industrie du média et de la presse écrite, *SWOP* se concentre sur le monde des affaires et de la formation pour faire progresser la transition de l'industrie des médias écrits à tout nouveau mode de création de contenu et de diffusion.

PMS

Le système *PMS* (*Pantone Matching System*) est le standard en matière de sélection des couleurs d'imprimerie. Il s'agit d'une grille de couleurs qui offre une méthode fiable pour sélectionner, spécifier et mettre des couleurs en correspondance pour tous les outils de traitement possibles. La référence au système *PMS* est le meilleur moyen de garantir la conformité des couleurs lors de travaux d'impression. Toutefois, cette grille de couleur peut varier légèrement selon le moniteur vidéo utilisé, mais elle offre un moyen fiable pour sélectionner les couleurs.

FSC

Les produits *FSC* (*Forest Stewardship Council*) font partie d'une chaîne de traçabilité. Il est possible de suivre toute la chaîne du bois, de l'amont (l'unité de gestion de la forêt certifiée) jusqu'au client final en passant par toutes les étapes de la production et de la transformation et éventuellement du recyclage de déchets bois-papier. Le produit ne se voit attribué le logo *FSC* qu'à partir du moment où cette chaîne de traçabilité a été contrôlée par un organisme de certification indépendant et accrédité par le *FSC*. Dans les pays où des pressions peuvent exister sur le certificateur, celui-ci est accompagné de deux autres certificateurs venant de pays différents.

2.2.5 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, en finition. Les PME choisissent des niches ou se spécialisent dans un domaine, c'est une tendance lourde actuellement, un retour du balancier après les grosses structures compétitives des dernières années.

Les produits spécialisés ou produits de niches prennent des formes variées. Par exemple, une entreprise produira des imprimés commerciaux spécialisés pour les institutions financières; une autre adaptera des procédés de flexographie ou de sérigraphie à de nouveaux produits; une entreprise choisira d'être sous-traitant dans une quelconque étape de la chaîne de production, par exemple, elle offrira un service de préparation des fichiers ou se spécialisera dans des procédés complémentaires. Certaines entreprises assumeront toutes les étapes de la conception et feront fabriquer les produits en Chine (impression de

jeux, répertoires, emballages, etc.). Si les délais de livraison ne sont pas un facteur d'importance pour un produit fini, l'entreprise peut choisir de le faire fabriquer à l'extérieur.

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 tendance est à la baisse dans les recettes publicitaires de ces imprimés et les journaux ont fait toutes les économies possibles dans la production, mais moins dans la main-d'œuvre. Mais il y a des limites aux économies de la main-d'œuvre dans ces secteurs, notamment au regard de la qualité des contenus.

Cela étant, les journaux pourraient bien s'en tirer, entre autres ceux qui maintiennent un bon tirage auprès d'une clientèle relativement captive comme celle du Québec. La forte concurrence des médias américains n'a pas le même impact dans la société québécoise toujours à la recherche de repères culturels dans les produits de la presse. Malgré tout, la presse écrite québécoise voudra s'ajuster. Elle continuera à marquer sa présence dans les nouveaux médias et cherchera à rentabiliser ses activités. La presse écrite 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

Auparavant, l'industrie de l'imprimerie s'articulait autour d'une chaîne de production dans laquelle les étapes s'enchaînaient de façon linéaire jusqu'à la réalisation d'un produit imprimé : la préparation du document à imprimer (préproduction), son impression comme telle (papier ou carton) et sa présentation finale comme produit fini (finition-reliure) ou comme document. 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. Les procédés numérisés ont déjà remplacé les procédés traditionnels du prépresse. Toutes les presses se numérisent à grande vitesse et l'impression numérique connaît une croissance rapide. 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.

Ainsi, un produit de publicité pourra prendre la forme d'un dépliant, d'une affiche, d'une banderole ou encore être imprimé sur des articles promotionnels (autocollant, tasse, chandail, porte-clés, et autres gadgets.). La même publicité conduira à un site Web où se retrouvent des annonces, catalogues, banques de données et même un formulaire d'achat en ligne. La production est virtuelle : les documents sont destinés à être consultés à l'écran ou imprimés par les usagers (formulaires, rapports, documents divers, en format PDF).

Démocratisation des produits des communications graphiques

Les nouvelles réalités des communications graphiques engendrent une démocratisation de la production qui permet aux entreprises de produire des documents de qualité de façon autonome, à l'interne ou à l'aide de ressources externes. Il y a une convergence des outils de communications graphiques qui interpelle le secteur qui doit s'adapter techniquement et diversifier les compétences de sa main-d'œuvre, notamment dans les domaines de l'infographie, du graphisme et de la maîtrise de logiciels. Il est plus difficile pour les entreprises de se distinguer devant des équipements finalement disponibles pour tous. Elles devront effectivement se tourner vers des produits de niche et demeurer compétitives dans la livraison juste à temps de produits de qualité, mais elles devront également soigner les aspects esthétiques de leur production pour se distinguer auprès des clients pour qui cela importe.

2.3 GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

2.3.1 Service et responsable des ressources humaines

Le tableau 2.11 présente les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises quant à l'existence d'un service des ressources humaines.

Tableau 2.11 – Présence d'un service des ressources humaines et personne responsable de cette fonction

Existence d'un service des ressources humaines (n=350)	
Oui	34 %
Non	66 %
Si non, qui s'occupe des ressources humaines? (n=232)	
Propriétaire, directeur général	84 %
Directeur de la production/des opérations	6 %
Contrôleur	3 %
Aucune personne	3 %
Un comité	1 %
Autres réponses	2 %

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

Dans les deux tiers des entreprises sondées (66 %), il n'y a pas de service des ressources humaines et, par conséquent, pas de directeur attribué spécifiquement à cette fonction de gestion. On observe des différences très importantes selon la taille de l'entreprise. Ainsi, 96 % des entreprises de moins de 5 employés et 85 % de celles ayant entre 5 et 19 employés n'ont pas de service des ressources humaines; cette proportion est de 30 % dans les entreprises de 50 à 99 employés et de seulement 10 % dans les entreprises de 100 employés et plus.

Les employeurs des groupes de discussion interrogés mentionnent que les grosses entreprises ont toutes un département de ressources humaines et qu'effectivement, dans les petites entreprises, une personne, souvent le propriétaire, assume diverses tâches en la matière. Les employés syndiqués interrogés, pour leur part, reconnaissent l'importance

d'avoir dans une entreprise une personne responsable des questions des ressources humaines; ils mentionnent les difficultés quand un tel département n'existe pas ou disparaît, notamment dans des situations de restructuration ou de fusion.

Lorsqu'il n'y a pas de services des ressources humaines, c'est le propriétaire ou le directeur général qui, dans la très grande majorité des cas (84 %), s'occupe de la gestion du personnel. Dans 6 % des cas, la tâche est assumée par le directeur de la production/des opérations. Il faut préciser que, dans un tel contexte, le propriétaire ou le directeur général doit assumer une foule d'autres tâches et la gestion des ressources humaines est souvent peu prioritaire.

Dans une forte proportion, les entreprises sondées disposent de peu d'outils de gestion des ressources humaines, ce qui sera démontré plus loin dans les sections 2.3.2 à 2.3.11.

C'est pourquoi les 350 entreprises de l'échantillon ont été sondées quant à leur intérêt pour des outils de gestion des ressources humaines que pourrait éventuellement élaborer et rendre disponibles le Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques. Les résultats sont présentés au tableau 2.12.

Tableau 2.12 – Intérêt à ce que le CSMOCGQ produise des outils en gestion des ressources humaines pour les entreprises du secteur

Très intéressé	19 %
Plutôt intéressé	37 %
Peu intéressé	24 %
Pas du tout intéressé	19 %
Ne sait pas / Refus de répondre	1 %

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

Une légère majorité de répondants (56 %) se dit très ou assez intéressée par la production d'outils en gestion des ressources humaines. L'intérêt diffère selon la taille de l'entreprise. Ainsi, 14 % des entreprises de moins de 5 employés se disent très intéressées, alors que la proportion est de 23 % dans les entreprises de 50 à 99 employés et 33 % dans les entreprises de 100 employés et plus. Inversement, 31 % des entreprises de moins de 5 employés se disent pas du tout intéressées, contre 12 % des entreprises de 50 à 99 employés et 5 % des entreprises de 100 employés et plus.

Au premier abord, ces résultats étonnent. Mais, paradoxalement, ce sont généralement les entreprises les mieux outillées (les moyennes et les grandes) qui désirent avoir encore plus d'outils ou améliorer ceux qu'ils ont déjà.

2.3.2 Recrutement

Les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises concernant l'existence d'une politique d'embauche du personnel sont présentés au tableau 2.13.

Tableau 2.13 – Existence d'une politique d'embauche

Pas de politique d'embauche	46 %
Quelques outils de recrutement	19 %
Une politique d'embauche structurée pour chaque poste à pourvoir	34 %
Ne sait pas / Refus de répondre	1 %

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

Près de la moitié des répondants (46 %) n'a pas de politique d'embauche. Un répondant sur cinq a quelques outils de recrutement et le tiers des répondants est doté d'une politique d'embauche structurée pour chaque poste à pourvoir. Plus la taille de l'entreprise est grande, plus elle a une politique d'embauche structurée : 15 % des entreprises de moins de 5 employés et 19 % des entreprises de 5 à 19 employés ont une politique d'embauche, contre 77 % des entreprises de 100 employés et plus qui en ont une.

2.3.3 Accueil et intégration

Les moyennes et grandes entreprises rencontrées ont généralement un processus d'accueil et d'intégration des nouveaux employés qui est plus ou moins formel et souvent pris en charge par le syndicat, le cas échéant. Chez plusieurs petites et très petites entreprises, la politique demeure peu élaborée et très informelle.

Le tableau 2.14 présente les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises quant à l'existence d'un processus d'accueil et d'intégration des nouveaux employés.

Tableau 2.14 – Existence d'un processus d'accueil et d'intégration des nouveaux employés

Pas de processus d'accueil et d'intégration	41 %
Quelques outils d'accueil et d'intégration	22 %
Un processus d'accueil et d'intégration systématique pour chaque nouvel employé	36 %
Ne sait pas / Refus de répondre	1 %

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

Plus de 40 % des répondants n'ont pas de processus d'accueil et d'intégration des nouveaux employés; 22 % ont de tels outils et 36 % s'appuie sur un processus d'accueil et d'intégration systématique pour chaque nouvel employé. Plus la taille de l'entreprise est grande, plus le processus d'accueil et d'intégration est structuré et complet : 70 % des entreprises de moins de 5 employés n'ont pas de processus d'accueil et d'intégration, contre 0 % chez les entreprises de 100 employés et plus.

Manuel de l'employé

Comme outil d'accueil et d'intégration des nouveaux employés, le manuel de l'employé est plus ou moins répandu dans les entreprises rencontrées en groupe de discussion. Le tableau 2.15 présente les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises concernant l'existence d'un manuel d'employé ou d'un document expliquant les procédures et les règlements de l'entreprise.

Tableau 2.15 – Existence d'un manuel d'employé ou d'un document expliquant les procédures et les règlements de l'entreprise

Pas de manuel de l'employé ou de document écrit	52 %
Quelques procédures et règlements écrits remis à l'employé	18 %
Un manuel ou un document complet remis à l'employé et signé par celui-ci	28 %
Ne sait pas / Refus de répondre	1 %

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

Un peu plus d'une entreprise sur deux (52 %) n'a pas de manuel de l'employé ou de document écrit. À l'autre extrémité, 28 % des entreprises ont un manuel ou un document complet remis à l'employé et signé par celui-ci.

Une fois de plus, on observe un écart majeur selon la taille de l'entreprise. Alors que 87 % des entreprises de moins de 5 employés et 65 % de celles de 5 à 19 employés n'ont pas de manuel ou de document, seulement 18 % des entreprises de 50 à 99 employés et 10 % de celles de 100 employés et plus n'en ont pas. Inversement, 1 % des entreprises de moins de 5 employés ont un manuel complet, contre 60 % des entreprises de 50 à 99 employés et 63 % des entreprises de 100 employés et plus qui en ont un.

Évaluation de l'accueil et de l'intégration par les employés sondés

Les employés interrogés dans les groupes de discussion disent que les syndicats sont impliqués dans l'accueil des nouveaux employés et qu'ils participent à leur présentation aux différents collègues de travail. Ils reconnaissent que les employeurs ont tendance à jumeler un nouvel employé avec un employé expérimenté, pendant plusieurs mois parfois, pour qu'il apprenne son métier.

Les résultats du sondage mené auprès d'employés concernant l'accueil et l'intégration sont présentés dans le tableau 2.16. Globalement, les employés sont plutôt satisfaits ou très satisfaits de l'accueil reçu à l'arrivée; il y a tout de même un tiers des répondants syndiqués qui sont plutôt insatisfaits ou très insatisfaits.

Tableau 2.16 – Évaluation de l'accueil et de l'intégration par les employés sondés

Paramètres mesurés	Employés syndiqués					Employés non syndiqués				
	1	2	3	4	Moyenne	1	2	3	4	Moyenne
Accueil reçu à l'arrivée (visite des lieux, présentation des employés)	23 %	46 %	22 %	9 %	2,17	38 %	49 %	13 %	0 %	1,74
Manuel de l'employé (utilité, pertinence du contenu)	6 %	55 %	26 %	13 %	2,45	42 %	47 %	5 %	5 %	1,74
Les immigrants et les personnes issues des communautés culturelles sont bien acceptés et intégrés dans l'usine	15 %	62 %	18 %	5 %	2,13	51 %	41 %	5 %	3 %	1,59
Les femmes sont bien acceptées et intégrées dans l'usine	28 %	59 %	9 %	4 %	1,89	66 %	32 %	2 %	0 %	1,37

Source : Enquête 2008 de DBSF-DAA Stratégies auprès de 123 employés des entreprises des communications graphiques.

Note : 1 signifie *très satisfait* ou *tout à fait d'accord* 4 signifie *très insatisfait* ou *tout à fait en désaccord*

Au regard du manuel de l'employé, 41 % des répondants syndiqués et 55 % des répondants non syndiqués mentionnent que le paramètre ne s'applique pas, car il n'y en a pas dans leur entreprise. Lorsqu'il y a un tel manuel, les répondants non syndiqués en sont très satisfaits tandis que la satisfaction des répondants syndiqués est mitigée, 39 % étant assez ou très insatisfaits.

Sur un autre plan, relativement aux personnes immigrantes ou issues des communautés culturelles, les employés sondés sont d'avis que ces personnes sont acceptées et intégrées dans l'usine. C'est également le cas, selon les répondants, pour les femmes qui, rappelons-le, sont largement minoritaires dans beaucoup d'entreprises des communications graphiques, notamment celles de la fabrication.

De façon générale, pour les quatre paramètres du tableau 2.16 relatifs à l'accueil et l'intégration, on constate que la satisfaction (ou l'accord) est significativement plus élevée parmi les employés non syndiqués que parmi les employés syndiqués.

2.3.4 Descriptions de poste et évaluation

Certaines entreprises rencontrées possèdent une description pour chacun des postes qu'elles comptent, d'autres n'en ont tout simplement pas. L'existence d'une description des postes est souvent liée à la présence syndicale; d'une part, elle est présente dans les conventions collectives et, d'autre part, les postes à combler doivent être obligatoirement affichés à l'interne.

Les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises concernant l'existence de descriptions de postes sont présentés au tableau 2.17. On y constate qu'un peu plus du tiers (36 %) des entreprises sondées n'ont pas de descriptions de poste; 20 % d'entre elles ont quelques descriptions de postes; et 43 % des entreprises ont des descriptions pour tous leurs postes qu'elles maintiennent à jour.

Tableau 2.17 – Existence de descriptions de poste dans les entreprises

Pas de descriptions de poste	36 %
Quelques descriptions de poste	20 %
Des descriptions pour tous les postes et qui sont maintenues à jour	43 %
Ne sait pas / Refus de répondre	1 %

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

Plus la taille de l'entreprise augmente, plus les postes sont décrits formellement : 68 % des entreprises de moins de 5 employés n'ont aucune description de poste, contre 13% chez les entreprises de 50 à 99 employés et 5 % chez celles de 100 employés et plus. Inversement, 10 % des entreprises de moins de 5 employés ont des descriptions pour tous les postes, contre 75 % chez les entreprises de 50 à 99 employés et de 100 employés et plus.

Les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises quant à la mise en place d'outils d'évaluation du rendement des employés de production/des opérations sont présentés au tableau 2.18.

Tableau 2.18 – Mise en place d'outils d'évaluation du rendement des employés de production/des opérations

Pas d'outils d'évaluation de rendement	44 %
Une rencontre informelle d'évaluation avec les employés de production	21 %
Des formulaires d'évaluation et une évaluation annuelle des employés de production	33 %
Ne sait pas / Refus de répondre	2 %

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

44 % des entreprises sondées n'ont aucun outil d'évaluation du rendement des employés de production/des opérations; 21 % d'entre elles effectuent des rencontres informelles d'évaluation; un tiers des entreprises a des formulaires d'évaluation et fait des évaluations annuelles.

Plus la taille des entreprises est grande, plus elles mettent en place des outils d'évaluation : 70 % des entreprises de moins de 5 employés n'ont aucun outil d'évaluation, contre 22 % chez les entreprises de 50 à 99 employés et de 100 employés et plus. Inversement, 8 % des entreprises de moins de 5 employés ont des formulaires d'évaluation et font des évaluations annuelles, contre 63 % des entreprises de 100 employés et plus.

2.3.5 Organisation du travail

Horaires

Dans les entreprises du secteur des communications graphiques, et la technologie le permet, les horaires sont sur 24 heures, sur deux ou trois quarts de travail. Certaines entreprises qui fonctionnaient auparavant sur trois quarts de travail n'en ont conservé que deux grâce au rendement supérieur de nouveaux équipements. De fait, plusieurs entreprises organisent la production sur deux quarts de travail de douze heures chacun. Les employés font alors leur quart de travail trois jours consécutifs et prennent ensuite pour eux les quatre jours

suivants. Ils apprécient faire ces 36 heures en trois jours, mais ils estiment qu'avec le temps cela atteint leur qualité de vie et leur santé, surtout dans le cas des quarts de travail du soir. La tendance en ce sens demeure forte actuellement, car elle est très appréciée des employés plus jeunes ou qui ont une famille.

Les résultats du sondage effectué auprès des employés montrent que :

- 69 % travaillent de jour;
- 27 % travaillent de soir;
- 17 % travaillent de nuit;
- 7 % ont un horaire variable.

Ces données mettent en lumière la présence relativement importante du travail de soir et de nuit, mais aussi le chevauchement des horaires (le total des réponses donne 120 %).

Polyvalence des employés

Les petites entreprises privilégient une certaine polyvalence des tâches confiées aux employés à qui elles demandent d'assumer diverses tâches sur la chaîne de production, ce qui facilite le remplacement d'un employé absent. Le transfert des connaissances par rapport à ces tâches se fait graduellement, le rythme dépend vraisemblablement de la capacité d'apprentissage de l'employé. Les moyennes et grandes entreprises rencontrées recherchent une certaine polyvalence chez les employés, mais les employés d'opérations sont plutôt assignés à des tâches déterminées ou un équipement spécifique.

Le tableau 2.19 présente les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises concernant la polyvalence et la spécialisation des employés de production/d'opérations.

Tableau 2.19 – Polyvalence et spécialisation des employés de production/opérations

La majorité des employés de production sont polyvalents	50 %
La majorité des employés de production sont spécialisés	23 %
Environ la moitié est polyvalente et l'autre moitié est spécialisée	23 %
Ne sait pas / Refus de répondre	5 %

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

Dans la moitié des entreprises sondées, la majorité des employés de production/d'opérations sont polyvalents. Dans un peu moins du quart des entreprises sondées, la majorité des employés de production/d'opérations sont spécialisés. Plus l'entreprise est grande, plus les employés sont spécialisés.

La majorité des employés sont polyvalents dans 54 % des entreprises de moins de 5 employés, mais seulement dans 30 % des entreprises de 100 employés et plus. La majorité des employés sont spécialisés dans 17 % des entreprises de moins de 5 employés, mais dans 40 % des entreprises de 100 employés et plus.

Changements sur le plan de l'organisation du travail

Le tableau 2.20 présente les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises concernant les principaux changements survenus sur le plan de l'organisation du travail au cours des trois dernières années.

Tableau 2.20 – Principaux changements survenus sur le plan de l'organisation du travail

Modification des horaires de travail	19 %
Disparition de certains postes	19 %
Disparition de certaines tâches	17 %
Syndicalisation	2 %
Réorganisation de certains postes	1 %
Création de nouveaux postes	1 %
Aucun changement	10 %
Ne sait pas	30 %

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

Relativement aux changements dans l'organisation du travail, on observe peu de différences de résultats selon la taille de l'entreprise. Les principaux changements mentionnés par les entreprises sondées sont d'abord dans le domaine des horaires (19 %) et de la disparition de postes (19 %) ou de tâches (17 %). Il faut noter qu'il y a très peu de création de nouveaux postes (1 %) et peu de syndicalisation également (2 %).

2.3.6 Conditions de travail

Politique de rémunération

Le tableau 2.21 présente les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises relativement à l'existence d'une politique de rémunération bien établie et définie.

Tableau 2.21 – Existence d'une politique de rémunération bien établie et définie

Pas de politique de rémunération	41 %
Des règles non écrites pour assurer une certaine équité dans la rémunération	21 %
Une politique formelle de rémunération qui est respectée pour tous les postes	37 %
Ne sait pas / Refus de répondre	1 %

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

Une proportion relativement élevée (41 %) des entreprises sondées n'a pas de politique de rémunération définie; 21 % d'entre elles ont des règles non écrites et 37 % ont une politique formelle de rémunération pour tous les postes.

On constate de grandes différences dans ces pourcentages selon la taille de l'entreprise : 68 % des entreprises de moins de 5 employés et 50 % des entreprises de 5 à 19 employés n'ont pas de politique de rémunération, contre 12 % des entreprises de 50 à 99 employés et 3 % de celles de 100 employés et plus. Inversement, 13 % des entreprises de moins de 5

employés ont une politique formelle, contre 65 % des entreprises de 50 à 99 employés et 83 % des entreprises de 100 employés et plus.

Salaires

Tant les employeurs que les employés interrogés dans les groupes de discussion disent que les salaires sont généralement bons et très compétitifs dans le secteur des communications graphiques. Pour certains métiers même, les employés qui ont débuté comme aide général au salaire le plus bas ont pu cheminer et devenir, par exemple, aide-pressier, deuxième pressier et premier pressier, ce dernier recevant un des salaires les plus élevés des employés de la production.

Au tableau 2.22, à la page suivante, les salaires des principaux métiers sont donnés d'abord à l'embauche sans expérience et avec expérience puis après cinq ans et dix ans dans l'entreprise. On donne le taux horaire de tous les métiers sauf celui de représentant qui est sur une base annuelle. Rappelons que les employés de production peuvent parfois faire du temps supplémentaire, ce qui fait fluctuer leur salaire, les heures supplémentaires pouvant être calculées en temps et demi ou en temps double selon les circonstances.

Pour les employés de production dans les entreprises, le meilleur salaire à l'entrée est celui du premier pressier. Mais le premier pressier occupe son poste après plusieurs années d'expérience, généralement par cheminement interne s'étalant sur huit à dix ans, d'un poste d'aide général sur presse (11,30 \$ à l'entrée) en passant par un poste de deuxième pressier, pour accéder au poste de premier pressier avec un salaire horaire pouvant alors atteindre 24,60 \$. Par contre, si on considère le salaire à l'entrée du représentant, en amont de la production, qui peut occuper son poste plus directement, le salaire à l'entrée de cet employé est sans doute le plus élevé de tous les salaires présentés dans le tableau 2.22.

Les salaires horaires les plus faibles sont ceux des aides, soit les aides généraux ou les aides sur presse, et ils varient de 8,67 \$ à 11,60 \$ à l'embauche sans expérience. Après dix ans, les aides ont un salaire horaire variant de 13,60 \$ à 15,80 \$. Dans le cas de tous les aides, dont les salaires sont les plus bas, le meilleur salaire horaire après dix ans peut atteindre 14,50 \$. Dans tous les métiers, les salaires horaires à l'embauche avec expérience sont substantiellement plus élevés que sans expérience, de l'ordre de 25 % à 30 % de plus pour les aides et autres métiers et autour de 10 % de plus pour les pressiers.

Le salaire de certains métiers progresse plus rapidement après dix ans. En général, l'écart entre le salaire horaire à l'embauche sans expérience et le salaire après dix ans est de l'ordre de 60 %, le salaire ayant le moins progressé étant celui du margeur (45 %) et les salaires ayant le plus progressé étant celui du graphiste/technicien en graphisme et de l'opérateur de couteau ou plieuse (73 %).

Tableau 2.22 – Salaires des principaux métiers en communications graphiques

Métiers / professions	À l'embauche sans expérience	À l'embauche avec expérience	Après 5 ans dans l'entreprise	Après 10 ans dans l'entreprise
Administration et service à la clientèle				
Représentant – salaire fixe	27 750 \$	40 651 \$	40 643 \$	49 552 \$
Représentant – salaire de base sans les commissions	18 269 \$	26 539 \$	31 714 \$	36 326 \$
Estimateur	12,40 \$	15,70 \$	17,80 \$	20,60 \$
Chargé de projet	13,60 \$	16,90 \$	18,50 \$	21,30 \$
Conception graphique				
Graphiste / infographiste / technicien en graphisme	11,30 \$	14,10 \$	16,80 \$	19,60 \$
Designer/concepteur graphique	13,10 \$	16,70 \$	18,50 \$	20,80 \$
Préimpression				
Infographe en préimpression / Infomonteur / Technicien en préimpression/en prépresse	11,70 \$	14,70 \$	17,10 \$	19,10 \$
Impression				
Presse rotative – 1 ^{er} pressier	18,40 \$	20,90 \$	23,60 \$	24,60 \$
– 2 ^e pressier (incluant apprenti)	18,30 \$	20,10 \$	22,70 \$	24,50 \$
– Aide-général / aide sur presse	11,30 \$	12,30 \$	14,60 \$	15,80 \$
Presse à feuilles – Pressier (2 couleurs)	12,70 \$	15,50 \$	18,60 \$	20,20 \$
– 1 ^{er} pressier (4 couleurs ou +)	18,70 \$	22,20 \$	23,70 \$	25,50 \$
– 2 ^e pressier (4 couleurs ou +)	18,30 \$	20,20 \$	23,70 \$	23,40 \$
– Margeur (4 couleurs ou +)	14,40 \$	16,80 \$	19,10 \$	20,90 \$
Sérigraphie – Pressier sur presse manuelle	9,70 \$	11,70 \$	13,40 \$	15,80 \$
– Pressier sur presse automatisée	10,20 \$	13,40 \$	15,20 \$	16,30 \$
– Aide-pressier sur presse automatisée	8,67 \$	10,70 \$	12,30 \$	12,50 \$
Flexographie – Pressier	12,20 \$	15,80 \$	18,60 \$	20,90 \$
– Aide-pressier	10,60 \$	12,00 \$	13,00 \$	13,60 \$
Numérique – Technicien/opérateur de presse	10,60 \$	13,60 \$	15,60 \$	17,60 \$
Finition, reliure et procédés complémentaires				
Opérateur d'équipements en thermoreliure ou d'encarteuse-piqueuse	13,10 \$	17,10 \$	19,00 \$	21,00 \$
Opérateur de couteau ou de plieuse	10,40 \$	13,70 \$	15,90 \$	18,00 \$
Opérateur de presse d'estampage ou de gaufrage ou de <i>die-cut</i>	12,10 \$	14,70 \$	16,90 \$	18,40 \$
Opérateur de plieuse-colleuse automatique	10,90 \$	13,40 \$	15,60 \$	19,30 \$
Opérateur de lamineuse	9,90 \$	12,30 \$	14,70 \$	16,20 \$
Aide-général	9,20 \$	11,30 \$	12,80 \$	14,50 \$

Source : Zins Beausnes et associés, *Étude salariale dans le secteur des communications graphiques au Québec*, juin 2007.

Note : Tous les salaires sont exprimés au taux horaire, à l'exception du représentant, dont le salaire est exprimé sur une base annuelle.

Perception, par les employeurs, de la satisfaction des employés face à leurs conditions de travail

Le tableau 2.23 présente les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises concernant la perception qu'ont les employeurs de la satisfaction des employés face à leurs conditions de travail.

Tableau 2.23 – Perception, par les employeurs, de la satisfaction des employés face à leurs conditions de travail

Les employés sont très satisfaits	45 %
Les employés sont assez satisfaits	49 %
Les employés sont peu satisfaits	1 %
Les employés ne sont pas du tout satisfaits	0 %
Ne sait pas / Refus de répondre	5 %

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

La quasi-totalité des employeurs perçoivent que leurs employés sont très satisfaits (45 %) ou assez satisfaits (49 %) de leurs conditions de travail. Dans les très petites entreprises (moins de 5 employés), ils perçoivent que leurs employés sont davantage très satisfaits (52 %) que dans les grandes entreprises (35 %).

Perception de leurs conditions de travail par les employés sondés

Les résultats du sondage mené auprès d'employés concernant la perception qu'ils ont de leurs conditions de travail sont présentés au tableau 2.24.

Tableau 2.24 – Évaluation des conditions de travail par les employés sondés

Paramètres mesurés	Employés syndiqués					Employés non syndiqués				
	1	2	3	4	Moyenne	1	2	3	4	Moyenne
Pauses-café (durée, moment)	19 %	68 %	9 %	4 %	1,99	26 %	58 %	6 %	10 %	2,00
Temps alloué pour les repas	21 %	60 %	12 %	7 %	2,05	41 %	49 %	8 %	3 %	1,72
Salaire	22 %	73 %	5 %	0 %	1,83	13 %	60 %	25 %	2 %	2,18
Primes et bonis (de rendement, de nuit...)	9 %	58 %	25 %	9 %	2,33	12 %	42 %	21 %	25 %	2,58
Horaire de travail	27 %	54 %	13 %	6 %	1,98	57 %	36 %	5 %	2 %	1,52
Nombre de congés (fériés et autres)	10 %	65 %	19 %	6 %	2,22	30 %	38 %	22 %	10 %	2,13
Avantages sociaux (assurances collectives, régime de retraite...)	20 %	61 %	16 %	3 %	2,01	12 %	54 %	24 %	10 %	2,32
Possibilités d'augmentation de salaire (progression dans l'échelle salariale)	7 %	50 %	32 %	12 %	2,49	8 %	63 %	18 %	11 %	2,32
Possibilités de changement de poste	13 %	61 %	19 %	7 %	2,21	13 %	74 %	13 %	0 %	2,00
Rotation des postes de travail	13 %	60 %	22 %	5 %	2,18	25 %	67 %	8 %	0 %	1,83

Source : Enquête 2008 de DBSF-DAA Stratégies auprès de 123 employés des entreprises des communications graphiques.

Note : 1 signifie *très satisfait* ou *tout à fait d'accord* 4 signifie *très insatisfait* ou *tout à fait en désaccord*

De façon globale, les employés se disent majoritairement assez satisfaits de leurs conditions de travail.

La satisfaction est la plus élevée pour les paramètres *horaire de travail, salaire, pauses-café et temps alloué pour les repas*, et la moins élevée pour les paramètres *primes et bonis et possibilités d'augmentation de salaire*. Le niveau d'insatisfaction des employés non syndiqués est plus élevé pour les paramètres d'ordre monétaire (salaire, primes et bonis, avantages sociaux). Par contre, pour presque tous les autres paramètres, le niveau de satisfaction des employés non syndiqués est plus élevé que celui des employés syndiqués.

Les groupes de discussion, tant ceux des employeurs que des employés, ont corroboré la satisfaction des employés sur leurs conditions de travail que tous ont considérées comme intéressantes dans leurs entreprises et meilleures que dans d'autres secteurs d'activité.

2.3.7 Roulement

Selon les employeurs et les employés interrogés en groupe de discussion, le taux de roulement est assez faible pour à peu près toutes les catégories d'emploi. Les raisons les plus fréquentes pour quitter un emploi sont :

- une opportunité d'emploi plus attrayante, que ce soit le salaire ou les horaires de travail;
- le besoin de changer de contexte de travail.

Le faible taux de roulement dans les entreprises des communications graphiques est confirmé par les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises présentés au tableau 2.25.

Tableau 2.25 – Durée moyenne en emploi des employés recrutés pour un poste à temps plein

Moins de 1 an	3 %
Entre 1 et 3 ans	11 %
Entre 3 et 5 ans	16 %
Plus de 5 ans	61 %
Ne sait pas / Refus de répondre	8 %

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

Dans 61 % des entreprises sondées, les candidats recrutés pour un emploi à temps plein restent dans l'entreprise plus de 5 ans en moyenne. Seulement 3 % des entreprises disent que les candidats restent en emploi moins de 1 an en moyenne. On observe peu de différence selon la taille de l'entreprise, sauf dans les micro entreprises (moins de 5 employés) où les employés restent moins longtemps dans l'entreprise que la moyenne des répondants : 11 % restent en emploi moins de 1 an et 52 % plus de 5 ans.

Les résultats du sondage effectué auprès des employés vont dans le même sens. Parmi les répondants :

- 3 % travaillent dans l'entreprise qui les emploie actuellement depuis moins de 1 an;
- 18 % y travaillent depuis 1 à 5 ans;
- 79 % y travaillent depuis plus de 5 ans.

Ainsi, tant les entreprises que les employés sondés confirment que le taux de roulement est faible et que les employés demeurent à l'emploi de la même entreprise assez longtemps.

2.3.8 Santé et sécurité au travail

Environnement physique

L'environnement physique de travail que l'on retrouve dans le secteur des communications graphiques varie selon les étapes de la chaîne de production. En prépresse, l'environnement est sécuritaire, peu bruyant et caractérisé par la présence d'ordinateurs et d'équipements qui doivent être à l'abri de la poussière et de la saleté.

Dans les ateliers d'impression et de finition-reliure, l'environnement physique est caractérisé par un certain niveau de bruit, l'odeur des encres, papiers et solvants parfois. Dans certaines grandes entreprises, on est en présence de matériaux et de produits réunis en grands volumes : gros bidons d'encre, bobines de papier, palettes de papier en feuilles, cartons, etc. Les dimensions de certains équipements et leur vitesse d'opération sont impressionnantes. Les chaînes d'assemblage en série sont pourvues d'équipements variés coupants ou perforants.

L'équipement peut être imposant, les presses impressionnantes, et tout comme les produits consommables qui alimentent la production (bobines de papier, bidons d'encre, surdimensionnés). Bruit, odeur, lourdeur des matériaux, palettes de produits, vitesse des presses, instruments de finition coupants sont autant d'éléments susceptibles d'affecter l'environnement de travail dans les entreprises et la sécurité des travailleurs.

Évaluation de l'environnement physique par les employés d'usine syndiqués

Les résultats du sondage mené auprès d'employés concernant l'environnement physique de travail sont présentés au tableau 2.26.

Tableau 2.26 – Évaluation de l'environnement physique de travail par les employés sondés

Paramètres mesurés	Employés syndiqués					Employés non syndiqués				
	1	2	3	4	Moyenne	1	2	3	4	Moyenne
Température ambiante dans les lieux de travail	11 %	47 %	32 %	10 %	2,41	10 %	59 %	29 %	2 %	2,24
Qualité de l'air dans les lieux de travail	6 %	58 %	25 %	11 %	2,41	2 %	74 %	17 %	7 %	2,29
Éclairage (lumière)	20 %	52%	24 %	4 %	2,11	14 %	69 %	14 %	2 %	2,05
Positions de travail (posture, hauteur, espace...)	14 %	54%	27 %	5 %	2,23	17 %	69%	10 %	5 %	2,02

Source : Enquête 2008 de DBSF-DAA Stratégies auprès de 123 employés des entreprises des communications graphiques.

Note : 1 signifie *très satisfait ou tout à fait d'accord* 4 signifie *très insatisfait ou tout à fait en désaccord*

De façon globale, les employés se disent majoritairement assez satisfaits de leur environnement physique de travail (température ambiante, qualité de l'air, éclairage et positions de travail). On remarque tout de même un certain niveau d'insatisfaction, surtout chez les employés syndiqués, qui se disent insatisfaits de l'éclairage (28 %) et de la température (42 %). Pour chacun des quatre paramètres mesurés, le niveau de satisfaction des répondants non syndiqués est légèrement plus élevé que celui des répondants syndiqués.

Les groupes de discussion d'employés ont corroboré qu'ils sont plutôt satisfaits de leur environnement physique et ont mentionné que le nouvel équipement et les consommables sont moins dangereux. Les employés interrogés mentionnent également que les entreprises ont de plus en plus une préoccupation pour l'environnement et la récupération.

Risques encourus

Les risques associés aux métiers de la chaîne de production en communications graphiques sont principalement liés à la présence d'équipement rapide et coupant. Les accidents causés peuvent entraîner de graves blessures.

Il y a toujours un équilibre à trouver dans l'exécution des tâches et la vitesse de production des équipements. Certains équipements sont dangereux et il faut travailler avec prudence. Vouloir aller trop vite et encore plus vite, ne pas mettre les gardes prévus dans l'équipement pour exécuter une tâche peut avoir des conséquences de blessures graves allant jusqu'à sectionner un doigt. Il y a, en général, de l'amélioration sur le plan du bruit et les entreprises fournissent des protecteurs d'oreilles. Bien que des chariots élévateurs soient utilisés, certains employés doivent soulever des charges importantes ou, dans d'autres cas, exécuter des tâches à gestes répétitifs, ce qui augmente les problèmes de maux de dos, de tendinites et d'entorses. Quelques entreprises, surtout les plus grandes, introduisent graduellement des robots pour certaines tâches exigeantes physiquement.

Il est reconnu que le simple fait de travailler en permanence avec des machines requiert une vigilance constante pour éviter les accidents. Dans les grandes entreprises et plusieurs PME, il y a des zones de circulation délimitées. Mais il arrive que des chariots élévateurs se déplacent de façon dangereuse (pas d'employé attitré) ou que des palettes soient au mauvais endroit.

En général, selon les entreprises interrogées, les principaux problèmes de santé mentionnés liés au travail sont d'ordre musculo-squelettique. Peu d'accidents de travail graves se produisent et les produits sont de moins en moins dangereux. Les encres sont maintenant végétales, à base de produits naturels, mais il y a encore des encres spécialisées et des solvants qui comportent certains dangers.

Formation et prévention en santé et sécurité au travail (SST)

Les comités de santé et sécurité au travail sont présents 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. Lorsqu'une pratique peut être jugée potentiellement dangereuse, il est du ressort du comité de trouver une solution pour s'assurer d'une sécurité optimale pour les employés.

Toutes les entreprises interrogées en groupe de discussion offrent des formations en santé et sécurité au travail à leurs employés. Ces formations sont le plus souvent offertes à l'interne en général et portent sur :

- procédures de cadenassage;
- SIMDUT (système d'information sur les matières dangereuses utilisées au travail);
- conduite et utilisation des chariots élévateurs;

- secourisme.

À l'égard de la formation en santé et sécurité, SIMDUT est utile et même obligatoire là où il y a des syndicats. Les groupes de discussion d'employés disent que la formation en santé et sécurité est bonne et même meilleure qu'auparavant; d'autres employés interrogés trouvent la formation insuffisante.

Les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises quant à la prévention en santé et sécurité au travail sont présentés aux tableaux 2.27, 2.28 et 2.29.

Tableau 2.27 – Connaissance des règlements sur la santé et la sécurité au travail par tous les employés

Pas de règlements écrits en santé et sécurité	37 %
Des règlements écrits et disponibles, mais non présentés formellement aux employés	27 %
Des règlements présentés à tous les employés avec rappel à fréquence définie	32 %
Ne sait pas / Refus de répondre	4 %

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

37% des répondants n'ont pas de règlements écrits en santé et sécurité; moins du tiers des entreprises sondées (32 %) possède des règlements présentés à tous les employés avec rappel à fréquence définie.

La situation est diamétralement opposée selon la taille de l'entreprise : 60 % des entreprises de moins de 5 employés et 47 % des entreprises de 5 à 19 employés n'ont pas de règlements écrits, contre 13 % des entreprises de 50 à 99 employés et 7 % de celles de 100 employés et plus. Inversement, 18 % des entreprises de moins de 5 employés ont des règlements présentés à tous les employés, contre 65 % des entreprises de 100 employés et plus.

Tableau 2.28 – Organisation d'activités de prévention en santé et sécurité au travail (comité en SST, information et formation, vidéo, etc.)

Pas d'activités de prévention en santé et sécurité	64 %
Quelques activités de prévention ponctuelles	22 %
Un plan de prévention à jour et des activités régulières de prévention	13 %
Ne sait pas / Refus de répondre	1 %

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

Près des deux tiers (64 %) des entreprises sondées ne font pas d'activités de prévention en SST; 22 % font quelques activités de prévention ponctuelles et seulement 13 % ont un plan de prévention à jour et des activités régulières de prévention.

Ici aussi, plus l'entreprise est grande, plus il y a des activités de prévention : 88 % des entreprises de moins de 5 employés et 79 % des entreprises de 5 à 19 employés ne font pas d'activités de prévention, contre 17 % des entreprises de 100 employés et plus. Inversement, 3 % des entreprises de moins de 5 employés ont un plan de prévention à jour, contre 33 % des entreprises de 100 employés et plus.

Tableau 2.29 – Documentation des incidents et accidents de travail survenus dans l'entreprise

Pas de documentation des incidents et accidents	51 %
Un registre de blessures seulement	15 %
Documentation systématique des incidents et accidents	29 %
Ne sait pas / Refus de répondre	4 %

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

La moitié (51 %) des répondants ne documente pas les incidents et les accidents de travail, 15 % ont un registre des blessures et 29 % documentent tous les incidents et accidents. Plus la taille de l'entreprise augmente, plus le taux de documentation systématique est élevé : 10 % chez les entreprises de moins de 5 employés, 60 % chez celles de 50 à 99 employés et 83 % chez celles de 100 employés et plus.

Évaluation de la santé et de la sécurité au travail par les employés d'usine syndiqués

Les employés interrogés dans les groupes de discussion disent qu'avec les ordinateurs et les équipements numérisés le niveau de danger a beaucoup diminué. Par contre, la cadence de production est devenue très stressante tant les machines sont rapides et performantes. Les opérateurs doivent être très concentrés et l'éventualité d'une perte coûteuse pour l'entreprise, due à un manque d'attention, est devenue un facteur de stress important. Il faut donc être certain que tout est bien en place avant de démarrer la production (l'impression).

Les employés interrogés disent que les horaires de nuit et les horaires concentrés sur trois jours causent certaines difficultés de concentration chez les employés qui doivent s'efforcer d'être plus prudents pour ne pas se blesser. Enfin, les tâches reliées à un métier étant généralement peu nombreuses et répétitives, les employés signalent qu'ils sont sujets aux problèmes de dos, aux tendinites et aux blessures, et de plus, à répéter constamment les mêmes gestes, ils finissent par avoir des douleurs chroniques ou de manquer de concentration.

Les résultats du sondage mené auprès d'employés concernant leur évaluation de la santé et la sécurité au travail sont présentés au tableau 2.30.

Les employés syndiqués sondés sont généralement plutôt satisfaits en matière de santé et sécurité au travail (condition des équipements de production et de protection, efforts de l'employeur, actions de prévention, etc.); on dénote tout de même un taux d'insatisfaction (plutôt et très insatisfait) relativement important pour quatre des cinq paramètres mesurés, allant de 24 % à 39 %.

Chez les employés non syndiqués, le degré de satisfaction (surtout les très satisfaits) est nettement plus élevé pour l'ensemble des paramètres mesurés.

Enfin, rappelons que concernant les questions de santé et sécurité, le sous-secteur de l'imprimerie et des activités connexes de soutien (SCIAN 3231) peut référer à l'Association paritaire de santé et sécurité au travail (APSST).

Tableau 2.30 – Évaluation de la santé et de la sécurité au travail par les employés sondés

Paramètres mesurés	Employés syndiqués					Employés non syndiqués				
	1	2	3	4	Moyenne	1	2	3	4	Moyenne
Équipements de production et matériel de travail en bonne condition	8 %	53 %	33 %	6 %	2,38	33 %	55 %	10 %	4 %	1,81
Accès à des équipements de protection en bonne condition	15 %	65 %	16 %	4 %	2,09	47 %	43 %	10 %	0 %	1,63
Efforts consentis par l'employeur pour limiter les risques de blessures et d'accidents de travail	17 %	54 %	24 %	5 %	2,18	37 %	42 %	16 %	5 %	1,89
Actions de prévention réalisées pour limiter les risques d'accidents de travail	18 %	58 %	19 %	5 %	2,11	32 %	45 %	21 %	3 %	1,95
Mon employeur se préoccupe de la santé et de la sécurité des employés	21 %	51 %	21 %	6 %	2,13	49 %	37 %	12 %	2 %	1,68

Source : Enquête 2008 de DBSF-DAA Stratégies auprès de 123 employés des entreprises des communications graphiques.

Note : 1 signifie *très satisfait* ou *tout à fait d'accord* 4 signifie *très insatisfait* ou *tout à fait en désaccord*

2.3.9 Communication employeurs-travailleurs

Dans les groupes de discussion, les entreprises interrogées utilisent régulièrement l'affichage et la communication directe pour communiquer avec les employés. Dans les petites et moyennes structures, les employés sont près du patron qu'ils côtoient presque quotidiennement; la communication s'en trouve facilitée.

Ainsi, lorsqu'il est question de communication et de rapprochement employeurs-travailleurs, les très petites et les petites entreprises privilégient plutôt la politique de la porte ouverte, et la communication est largement informelle. Cependant, plus la structure de l'entreprise évolue et grandit, plus la communication entre les deux parties devient formelle. Par exemple :

- Dans les grandes entreprises, la communication interne peut comprendre l'édition d'un journal interne ou d'un bulletin, l'affichage de notes ou de communiqués. Les rencontres avec les employés se font souvent dans le cadre de rencontres d'information ou d'échange à fréquence régulière (hebdomadaire, bimensuelle, mensuelle). Dans les entreprises syndiquées, le comité patronal-syndical se réunit à fréquence régulière, souvent mensuellement. Certaines activités sociales sont aussi organisées.
- Par ailleurs, des comités sont souvent formés autour de questions comme la formation, la qualité et la santé et sécurité au travail. Le compte-rendu de chacune des rencontres mensuelles de ces comités est parfois affiché sur les babillards de l'entreprise afin d'informer les employés des décisions ou projets à venir.

Le tableau 2.31 présente les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises quant aux moyens utilisés pour communiquer des renseignements aux employés.

Tableau 2.31 – Moyens de communication des renseignements aux employés

Communication informelle seulement, aucun moyen écrit	32 %
Des rencontres ponctuelles avec les employés	20 %
Des rencontres ponctuelles et des outils écrits (courriels, babillard, bulletin, etc.)	45 %
Ne sait pas / Refus de répondre	4 %

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

Le tiers des répondants (32 %) ne fait aucune communication formelle, 20 % des rencontres ponctuelles seulement et 45 % fait des rencontres ponctuelles et a des outils de communication écrits.

Chez les très petites entreprises (moins de 5 employés), 50 % ne font aucune communication formelle, contre 0 % dans la grande entreprise (100 employés et plus). 15 % des très petites entreprises font des rencontres ponctuelles et ont des outils de communication écrits, contre 88 % des grandes entreprises.

Perception de la communication par les employés sondés

Dans les groupes de discussion, les employés interrogés trouvent pour la plupart que leur entreprise utilise des moyens de communication tels que : communiqués, notes de service, rencontres de comité de relation de travail (CRT) et affichage des notes de rencontres. De plus, certaines entreprises ont un journal syndical.

Le tableau 2.32 présente les résultats du sondage mené auprès d'employés relativement à la communication.

Tableau 2.32 – Évaluation de la communication par les employés sondés

Paramètres mesurés	Employés syndiqués					Employés non syndiqués				
	1	2	3	4	Moyenne	1	2	3	4	Moyenne
La communication entre l'employeur et les employés est suffisante	5 %	30 %	40 %	25 %	2,85	21 %	50 %	21 %	7 %	2,14
Mon employeur me dit ou me montre qu'il est satisfait lorsque je fais bien mon travail	3 %	38 %	37 %	22 %	2,78	21 %	48 %	24 %	7 %	2,17

Source : Enquête 2008 de DBSF-DAA Stratégies auprès de 123 employés des entreprises des communications graphiques.

Note : 1 signifie très satisfait ou tout à fait d'accord 4 signifie très insatisfait ou tout à fait en désaccord

Chez les employés syndiqués sondés, on observe un taux élevé d'insatisfaction face à la communication entre l'employeur et les employés : près des deux tiers (65 %) d'entre eux estiment qu'elle n'est pas suffisante. Le pourcentage d'insatisfaction pour le même paramètre n'est que de 28 % chez les employés non syndiqués sondés. Quand on compare les deux paramètres du tableau 2.32, les moyennes sont très rapprochées, tant dans le cas des employés syndiqués (2,85 et 2,78) que des employés non syndiqués (2,14 et 2,17).

2.3.10 Relations et climat de travail

Syndicalisation

On compte trois principaux syndicats œuvrant dans le secteur des communications graphiques. Ils ont comme rôle, notamment, la défense des droits et des intérêts des travailleurs, l'élaboration de politiques de négociation, l'application des conventions collectives et la représentation auprès des instances politiques, économiques et sociales. Ces syndicats sont :

- Fédération des travailleurs du papier et de la forêt (FTFP), affiliée à la CSN.
- Syndicat canadien des communications de l'énergie et du papier (SCEP), local 145 FTQ.
- Teamsters/conférence des communications graphiques, section locale 555M FTQ.

Selon les entreprises et les employés rencontrés en groupe de discussion, les syndicats sont surtout présents dans la grande entreprise et, parfois, dans la moyenne. Cette perception est confirmée au tableau 2.33, qui présente les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises concernant la présence de syndicats regroupant les travailleurs de production/d'opération.

Tableau 2.33 – Présence de syndicats regroupant les travailleurs de production/d'opération

Nombre d'employés		Secteur SCIAN	
Moins de 5	2 %	3222 Papier transformé	80 %
De 5 à 19	15 %	3231 Impression	13 %
De 20 à 49	25 %	5111 Éditeurs	22 %
De 50 à 99	68 %	54143 Design graphique	3 %
100 et plus	80 %	56143 Services aux entreprises	0 %
Tous les répondants	15 %	Tous les répondants	15 %

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

On constate l'absence quasi totale de syndicats dans les entreprises de moins de 5 employés et leur très faible présence (15 %) dans celles de 5 à 19 employés. Inversement, les syndicats sont très présents dans les entreprises de 50 à 99 employés (68 %) et de 100 employés et plus (80 %). On remarque également que les syndicats sont surtout présents dans le sous-secteur du papier transformé (SCIAN 3222, 80 %), là où il y a le plus de grandes entreprises. Enfin, les syndicats sont absents des sous-secteurs des services de design graphique et des services aux entreprises (SCIAN 54143 et 56143).

Perception du climat de travail par les employeurs

Les entreprises interrogées en groupe de discussion ont toutes mentionné que le climat de travail est excellent ou bon. Les entreprises syndiquées estiment qu'il règne une bonne entente entre le syndicat et la partie patronale. Elles n'ont pas vécu récemment de conflits de travail remarquables. Le tableau 2.34 présente les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises concernant la perception qu'ont les employeurs du climat de travail dans leur entreprise. Il corrobore les commentaires émis en groupe de discussion d'employeurs.

Tableau 2.34 – Perception du climat de travail par les employeurs

Très bon	65 %
Plutôt bon	34 %
Plutôt mauvais	0 %
Très mauvais	0 %
Ne sait pas / Refus de répondre	1 %

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

Tous les employeurs sondés disent que le climat de travail est bon dans leur entreprise : les deux tiers le jugent très bon et l'autre tiers le juge plutôt bon. Dans les très petites entreprises (moins de 5 employés), on perçoit que le climat de travail est davantage très bon (79 %) que dans les grandes entreprises (50 %).

Perception du climat de travail par les employés sondés

Selon les groupes d'employés interrogés, le climat dans l'entreprise dépend du volume de travail et de l'entrée régulière des commandes. Dans le cas de fusions, toutefois, surtout lorsque le siège social est à l'extérieur, il peut y avoir des frustrations importantes. Les employés mentionnent que le climat de travail serait moins harmonieux dans les grandes entreprises.

Les résultats du sondage mené auprès d'employés concernant les relations et le climat de travail sont présentés au tableau 2.35.

Tableau 2.35 – Évaluation du climat de travail par les employés sondés

Paramètres mesurés	Employés syndiqués					Employés non syndiqués				
	1	2	3	4	Moyenne	1	2	3	4	Moyenne
Relations avec les superviseurs/contremaîtres	15 %	61 %	16 %	8 %	2,16	38 %	57 %	5 %	0 %	1,68
Relations avec les employés du même département	19 %	73 %	2 %	6 %	1,96	52 %	41 %	7 %	0 %	1,55
Relations avec les employés des autres départements	16 %	70 %	11 %	2 %	2,00	59 %	39 %	0 %	2 %	1,46
Ambiance de travail générale	9 %	64 %	20 %	8 %	2,26	50 %	45 %	5 %	0 %	1,55
Mon employeur considère mon travail comme important	26 %	49 %	15 %	10 %	2,09	43 %	55 %	2 %	0 %	1,60
Mon employeur me démontre du respect	19 %	53 %	18 %	10 %	2,19	55 %	36 %	9 %	0 %	1,55
Mon employeur me fait confiance	21 %	58 %	19 %	2 %	2,03	50 %	43 %	7 %	0 %	1,57
Mon employeur n'hésite pas à me confier des responsabilités	18 %	58 %	20 %	4 %	2,10	61 %	32 %	7 %	0 %	1,46
Les avis disciplinaires sont utilisés par mon employeur seulement pour des motifs valables	12 %	53 %	21 %	13 %	2,36	43 %	51 %	3 %	3 %	1,66

Source : Enquête 2008 de DBSF-DAA Stratégies auprès de 123 employés des entreprises des communications graphiques.

Note : 1 signifie *très satisfait* ou *tout à fait d'accord* 4 signifie *très insatisfait* ou *tout à fait en désaccord*

Les résultats du sondage vont en partie dans le sens des propos tenus par les employés en groupes de discussion et atténuent la perception très positive des employeurs sondés sans toutefois la contredire.

Pour l'ensemble des neuf paramètres mesurés dans el tableau 2.35, les employés syndiqués sont plutôt satisfaits du climat de travail, avec assez peu de différences dans les résultats d'un paramètre à l'autre. Il existe toutefois un certain degré d'insatisfaction, entre 21 % et 28 % pour la plupart des paramètres.

Le degré de satisfaction le plus élevé concerne les relations avec les employés (du même département et des autres départements); la satisfaction la plus faible touche les avis disciplinaires. Chez les employés non syndiqués sondés, le niveau de satisfaction face au climat de travail est nettement plus élevé pour tous les paramètres; ils se partagent presque tous entre le très satisfait et le plutôt satisfait.

Perception générale de leur emploi et du secteur par les employés sondés

Les résultats du sondage mené auprès d'employés concernant la perception qu'ils ont de leur emploi et du secteur des communications graphiques sont présentés au tableau 2.36.

Tableau 2.36 – Perception générale de leur emploi et du secteur par les employés sondés

Paramètres mesurés	Employés syndiqués	Employés non syndiqués	Total
Perception de leur travail actuel			
Un emploi permanent	99 %	100 %	99 %
Un emploi temporaire en attendant de trouver autre chose	1 %	0 %	1 %
Fierté de travailler dans l'entreprise qui les emploie actuellement			
Très fier	22 %	30 %	25 %
Assez fier	60 %	63 %	61 %
Peu fier	14 %	7 %	11 %
Pas du tout fier	4 %	0 %	2 %
Recommanderait un travail dans une entreprise du secteur des communications graphiques			
Oui	81 %	90 %	84 %
Non	19 %	10 %	16 %

Source : Enquête 2008 de DBSF-DAA Stratégies auprès de 123 employés des entreprises des communications graphiques.

Pratiquement tous les employés sondés perçoivent leur travail comme un emploi permanent et non un emploi temporaire en attendant de trouver autre chose.

La fierté de travailler dans l'entreprise qui les emploie actuellement diffère un peu selon que les employés sont syndiqués ou non. Chez les employés syndiqués sondés, 82 % se disent très ou assez fiers de travailler dans l'entreprise qui les emploie, une proportion qui s'élève à 93 % chez les non syndiqués sondés. Donc, malgré de nombreux bémols et un certain niveau d'insatisfaction exprimé par les employés syndiqués sur plusieurs aspects de la

gestion des ressources humaines, que l'on a observé dans la section 2.3, ces employés sont quand même fiers de travailler pour leur employeur.

La très grande majorité des employés sondés – 81 % chez les syndiqués et 90 % chez les non syndiqués – recommanderait un travail dans une entreprise du secteur des communications graphiques. Les principales raisons exprimées sont :

- Salaires compétitifs en général et bonis
- Avantages sociaux compétitifs
- Horaires de travail (possibilité sur trois jours)
- Environnement de travail stimulant

Les employés interrogés dans les groupes de discussion, notamment les journaliers, mentionnent que le secteur est compétitif, qu'il offre des salaires raisonnables et que l'environnement est «plaisant». Certains mentionnent que les salaires sont même très bons, compte tenu des faibles exigences de formation à l'embauche.

2.3.11 Planification et gestion prévisionnelle de la main-d'œuvre

Au cours des prochaines années, les entreprises du secteur des communications graphiques seront affectées par des départs à la retraite puisque le profil de la main-d'œuvre est celui d'une population vieillissante. De plus, peu de jeunes choisissent les métiers du secteur. Ce sont majoritairement pour les postes d'opérateurs et de manœuvre où il y aura le plus de départs. Les difficultés de recrutement se présentent surtout dans le sous-secteur de l'impression. Les employés en infographie ou graphisme sont généralement d'âge moyen et relativement faciles à recruter par rapport aux pressiers et aux aides par exemple.

Les entreprises interrogées prévoient à la fois une pénurie de main-d'œuvre à moyen et long terme due aux départs à la retraite et aussi des mises à pied dues à l'achat de nouveaux équipements. Grâce aux presses qui utilisent les nouvelles technologies, les entreprises diminuent le nombre d'employés. Mais elles ont de la difficulté à recruter des employés pour les postes à l'entrée. Les aides sont difficiles à trouver, notamment les aides-pressiers. Le poste de premier pressier, qui a une certaine connotation de prestige dans le secteur des communications graphiques et dont le salaire est très compétitif, est en demande. Il n'est pas facile de remplacer un premier ou un deuxième pressier qui quitte quand on sait qu'une expérience d'environ dix ans peut être nécessaire pour devenir premier pressier. Les entreprises souhaitent garder un tel employé expérimenté. Parmi le personnel administratif relié en amont à la production, les entreprises interrogées ont mentionné que le recrutement de bons représentants, estimateurs et chargés de projets pouvait être difficile.

Sur le plan de la relève, l'un des principaux défis vient du fait que les nouveaux employés doivent souvent débiter comme aide, formation ou non, et qu'ils se font offrir essentiellement des plages horaires de soir et de nuit. Ces plages horaires n'intéressent généralement pas ceux possédant déjà de l'expérience ni les parents de jeunes enfants. Par conséquent, plusieurs postes sont perçus comme étant problématiques par les entreprises des groupes de discussion. Certains employés interrogés, qui apprécient par ailleurs leurs conditions de travail, avouent qu'ils envisagent de travailler dans un autre secteur, car le quart de nuit affecte leur santé et leur vie familiale.

Les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises quant à la planification des besoins de main-d'œuvre sont présentés au tableau 2.37.

Tableau 2.37 – Planification des besoins de main-d'œuvre à court, moyen et long terme

Pas de planification des besoins de main-d'œuvre	31 %
Une planification des besoins à court terme seulement	35 %
Une planification à court, moyen et long terme, incluant les départs à la retraite	32 %
Ne sait pas / Refus de répondre	2 %

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

Près du tiers (31 %) des répondants ne font pas de planification de leurs besoins de main-d'œuvre; 35 % des entreprises planifient pour les besoins à court terme seulement et 32 % planifient à court, moyen et long terme, incluant les départs à la retraite. Plus l'entreprise est grande, plus on planifie les besoins de main-d'œuvre : 52 % des micro entreprises (moins de 5 employés) ne font pas de planification contre 8 % des grandes entreprises (100 employés et plus). Inversement, 16 % des micro entreprises et 48 % des grandes entreprises planifient à court, moyen et long terme.

3 PROFIL DE LA MAIN-D'ŒUVRE

3.1 AVANT-PROPOS : CONTRAINTES MÉTHODOLOGIQUES

Ce chapitre dresse un portrait de la main-d'œuvre des communications graphiques. Il comporte trois grandes sections.

- Dans un premier temps, nous présentons les caractéristiques sociodémographiques de la main-d'œuvre, par secteur d'activité SCIAN pertinent (section 3.2). Il s'agit d'une analyse essentiellement quantitative.
- Par la suite, nous présentons les principales fonctions de travail (métiers et professions) que l'on retrouve à l'intérieur des secteurs d'activité SCIAN pertinents et de façon consolidée (section 3.3). Il s'agit d'une analyse surtout quantitative.
- Enfin, nous décrivons en détail certains métiers et professions clés dans le secteur des communications graphiques (section 3.4). Il s'agit surtout d'une analyse qualitative. Cependant, quand il existe une bonne adéquation entre le code de la CNP et la réalité du secteur, des données quantitatives sont ajoutées pour les métiers.

Toutes les données quantitatives proviennent de Statistique Canada, recensement de 2006. Ces données ont été traitées par la Direction du développement des compétences et de l'intervention sectorielle, de la Commission des partenaires du marché du travail (Emploi-Québec).

Secteurs d'activité SCIAN

L'obtention de données sociodémographiques sur la main-d'œuvre et de données sur les fonctions de travail, par secteur SCIAN, n'est possible qu'au sein des codes SCIAN de quatre chiffres, mais pas de cinq ou six chiffres.

Pour le secteur des communications graphiques, cela pose quelques contraintes sur le plan méthodologique. Par exemple, parmi les cinq codes SCIAN à quatre chiffres en lien avec les communications graphiques, un seul comprend entièrement des établissements du secteur des communications graphiques.

Dans trois des SCIAN, les établissements sont en très grande partie dans le secteur et un dernier SCIAN comprend peu d'entreprises du secteur.

Le tableau 3.1 résume ces contraintes méthodologiques.

Tableau 3.1 – Secteurs SCIAN en lien avec les communications graphiques : contraintes méthodologiques

Secteurs SCIAN en lien avec les communications graphiques (CG)		Secteurs SCIAN à quatre chiffres (statistiques disponibles)	Commentaires
3222	Fabrication de produits en papier transformé	Idem	Le SCIAN 3222 est un «hybride» entre le secteur du papier et celui des CG, mais on peut le considérer comme faisant partie des CG. Deux des quatre activités du 3222 sont exclues des CG, mais celles-ci sont plutôt mineures. Environ 65 % ² du 3222 fait partie des CG
3231	Impression et activités connexes de soutien	Idem	Ce SCIAN fait entièrement partie des CG
5111	Éditeurs de journaux, périodiques, livres et répertoires	Idem	Le SCIAN 5111 comprend une activité exclue des CG (51113 - Éditeurs de livres); toutefois, la majeure partie du 5111 fait partie des CG, environ 70 % ³
54143	Services de design graphique	5414 Services spécialisés de design	Deux des trois activités du SCIAN 5414 sont exclues des CG (54141 - Services de design d'intérieur et 54142 - Services de design industriel); toutefois, le 54143 (qui fait partie des CG) constitue une part significative du 5414, environ 60 % ⁴
56143	Centres de services aux entreprises	5614 Services de soutien aux entreprises	Cinq des six activités du SCIAN 5614 sont exclues des CG (toutes sauf le 56143) et leur nature est très différente du 56143 : ▪ 56141 - Services de préparation de documents ▪ 56142 - Centres d'appels téléphoniques ▪ 56144 - Agences de recouvrement ▪ 56145 - Agences d'évaluation du crédit ▪ 56149 - Autres services de soutien aux entreprises La part du 56143 (qui fait partie des CG) sur le 5614 est de 30 % ⁵

Source : Analyse 2008 des secteurs SCIAN par DBSF-DAA Stratégies.

À la lumière des explications fournies au tableau 3.1, nous retenons les cinq SCIAN pour l'analyse statistique présentée aux sections 3.2 et 3.3. *Cependant, les données du SCIAN 5614 ne peuvent pas être inférées aux communications graphiques, car la majorité de ce SCIAN (70 %) n'en fait pas partie.*

Métiers et professions : codes CNP

L'obtention de données statistiques détaillées (sociodémographiques, reliées au marché du travail) sur les métiers et professions n'est possible que par la classification des codes de la CNP. Pour le secteur des communications graphiques, cela pose (à l'instar des codes SCIAN) des contraintes au plan méthodologique. D'une part, la correspondance entre l'appellation des métiers et professions en communications graphiques et celle des codes CNP n'est pas

² Estimation établie à partir de la base de données ICRIQ, du Centre de recherche industrielle du Québec, 2008.

³ Donnée calculée à partir du nombre d'entreprises dans les SCIAN 51111, 51112 et 51114 (qui font partie des communications graphiques) sur le nombre total d'entreprises dans le SCIAN 5111.

⁴ Estimation établie à partir de la base de données ICRIQ, du Centre de recherche industrielle du Québec, 2008.

⁵ Donnée calculée à partir du nombre d'entreprises dans le SCIAN 56143 (qui fait partie des communications graphiques) sur le nombre total d'entreprises dans le SCIAN 5614.

toujours facile à faire. D'autre part, de nombreux codes CNP regroupent plusieurs métiers ou encore, un métier existe dans des dizaines de secteurs d'activité. En conséquence, il n'y a souvent pas d'adéquation parfaite entre un métier des communications graphiques et un métier de la CNP. Nous avons effectué une analyse de correspondance entre les principaux métiers et professions en communications graphiques et les codes de la CNP. Le tableau 3.2 présente cette analyse et les contraintes méthodologiques découlant de la correspondance.

Tableau 3.2 – Métiers et professions en communications graphiques : correspondance avec les codes de la CNP

Chaîne de production	Appellations réelles	CNP correspondant et appellation officielle	Commentaires – contraintes méthodologiques
Préproduction	Représentant et estimateur	6411 Représentant des ventes non techniques	Le 6411 comprend une centaine de types de représentants sans lien avec les CG
	Chargé de projets	Pas de CNP correspondant	
Préproduction : conception	Infographiste/technicien en graphisme	5223 Technicien en graphisme	Bonne adéquation entre la CNP et les CG
	Designer/concepteur graphique	5241 Designer graphique et illustrateur	Bonne adéquation entre la CNP et les CG
Production : gestion	Directeur de la production/des opérations	0911 Directeur de la fabrication	Le 0911 comprend aussi des directeurs de la fabrication dans plusieurs dizaines d'autres secteurs sans lien avec les CG
	Superviseur/contremaître en imprimerie	7218 Surveillant de l'imprimerie et personnel assimilé	Bonne adéquation entre la CNP et les CG
Production : prépresse	Opérateur de prépresse – typographe	1423 Opérateur d'équipement d'édition	Le 1423 comprend aussi plus de 60 autres métiers sans lien avec les CG
	Opérateur de prépresse, dont pelliculeur et brûleur de plaques, infographiste.	9472 Photographeur-clicheur, photographeur-reporter	Adéquation parfaite entre la CNP et les CG
	Opérateur de prépresse – tireur d'épreuves	9474 Développeur de films et de photographies	Le 9474 comprend environ 50 autres métiers sans lien avec les CG
Production : impression	Pressier/opérateur de presse	7381 Opérateur de presse à imprimer	Adéquation parfaite entre la CNP et les CG
		9471 Opérateur de machine à imprimer	Adéquation parfaite entre la CNP et les CG
	Opérateur de presse numérique	9471 Opérateur de machine à imprimer	Adéquation parfaite entre la CNP et les CG
	Aide-pressier/assistant/manœuvre	9619 Autres manœuvres des services de transformation, de fabrication et d'utilité publique	Le 9619 comprend aussi plus d'une centaine de types de manœuvres sans lien avec les CG
Production : finition et reliure	Opérateur d'équipement de finition-reliure, de lamineuse, de plieuse-colleuse, de procédés complémentaires, etc.	9473 Opérateur de machine à relier et de finition	Adéquation parfaite entre la CNP et les CG
	Assistant/manœuvre	9619 Voir ci-haut	Voir ci-haut

Source : Analyse 2008 des métiers par DBSF-DAA Stratégies.

Notes : *Adéquation parfaite* : une très forte majorité des personnes comprises dans le code CNP travaillent dans le secteur

Bonne adéquation : une proportion importante des personnes comprises dans le code CNP travaille dans le secteur

Compte tenu des commentaires énoncés au tableau 3.2, il sera pertinent de fournir, dans le cadre de l'analyse de métiers et professions présentée à la section 3.4, les données statistiques détaillées de sept codes CNP :

- 5223 – Technicien en graphisme (infographiste)
- 5241 – Designer graphique et illustrateur (concepteur graphique)
- 7218 – Surveillant de l'imprimerie et personnel assimilé (contremaître/superviseur)
- 7381 – Opérateur de presse à imprimer (pressier, opérateur de presse)
- 9471 – Opérateur de machine à imprimer (pressier, opérateur de presse numérique)
- 9472 – Photogreveur-clicheur, photogreveur-reporteur (opérateur de prépresse, dont pelliculeur et brûleur de plaques)
- 9473 – Opérateur de machine à relier et de finition (opérateurs d'équipement de finition-reliure, de lamineuse, de plieuse-colleuse, de procédés complémentaires, etc.)

Pour les autres codes CNP mentionnés au tableau 3.2 (6411, 0911, 1423, 9474 et 9619), il n'est pas pertinent de fournir des données statistiques, car seule une infime proportion de la main-d'œuvre de ces CNP travaille dans le domaine des communications graphiques.

3.2 CARACTÉRISTIQUES SOCIODÉMOGRAPHIQUES DE LA MAIN-D'ŒUVRE

Le tableau 3.4 présente un portrait sociodémographique général de la main-d'œuvre des sous-secteurs SCIAN 3222, 3231, 5111, 5414 et 5614 sur une base comparative de l'ensemble de la main-d'œuvre québécoise. Ce portrait est présenté selon sept variables : le nombre, le marché du travail, le sexe, le statut d'emploi, l'âge, la scolarité et la répartition régionale. Toutefois, pour la variable nombre, nous référons davantage au tableau 3.3.

À l'exception de la variable nombre, l'analyse sociodémographique du SCIAN 5614 n'est pas effectuée. En effet, les données du 5614 ne peuvent pas être inférées aux communications graphiques étant donné que la majorité de ce SCIAN (70 %) n'en fait pas partie.

Nombre

Les cinq sous-secteurs SCIAN retenus pour l'analyse sociodémographique (3222, 3231, 5111, 5414 et 5614) comptent ensemble 78 850 personnes occupées (tableau 3.4). Cependant, comme nous l'avons expliqué au tableau 3.1 de la section précédente, une certaine part des sous-secteurs SCIAN 3222 (35 %), 5111 (30 %) et 5414 (40 %) ne fait pas partie du domaine des communications graphiques et la majorité du sous-secteur 5614 (70 %) n'en fait pas partie. En ne considérant que la part de chaque SCIAN qui fait réellement partie du domaine des communications graphiques, on obtient les données présentées au tableau 3.3.

En tout, **le domaine des communications graphiques compte 56 033 employés**. Les employés du domaine des communications graphiques représentent 1,5 % de l'ensemble de la main-d'œuvre du Québec.

Tableau 3.3 – 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 %	
Personnes occupées dans le secteur des CG	6 669	26 625	11 606	7 035	4 098	56 033
Répartition %	11,9	47,5	20,7	12,6	7,3	100,0

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.

- 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, avec 26 625 emplois ou 47,5 % du total des emplois en communications graphiques.
- 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 (essentiellement les services 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 services de soutien aux entreprises (uniquement les centres de services aux entreprises 56143), avec 4 098 emplois, représentent seulement 8 % de tous les emplois.

Tableau 3.4 – Caractéristiques sociodémographiques de la main-d'œuvre en communications graphiques

	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	Tous les secteurs d'activité
Population active totale	10 735	28 150	17 445	12 250	15 180	4 015 200
Personnes occupées	10 260	26 625	16 580	11 725	13 660	3 735 505
Marché du travail						
- Taux d'activité	93,8%	92,9%	93,0%	94,3%	88,8%	64,9%
- Taux d'emploi	89,6%	87,9%	88,4%	90,2%	79,9%	60,4%
- Taux de chômage	4,4%	5,4%	5,0%	4,3%	10,0%	7,0%
Sexe (personnes en emploi)						
- hommes	76%	63%	48%	47%	44%	53%
- femmes	24%	37%	52%	53%	56%	47%
Statut d'emploi						
- plein temps	97%	92%	84%	86%	75%	81%
- temps partiel	3%	8%	16%	14%	25%	19%
Âge (personnes en emploi)						
- 15-24 ans	6%	9%	10%	10%	24%	14%
- 25-44 ans	46%	49%	46%	59%	45%	45%
- 45-64 ans	47%	40%	41%	30%	28%	39%
Scolarité selon le plus haut grade, certificat ou diplôme atteint						
- Aucun grade, certificat ou diplôme	19%	18%	10%	3%	8%	14%
- Diplôme d'études secondaires (DES)	29%	29%	20%	12%	30%	22%
- Diplôme d'études professionnelles	22%	21%	10%	13%	11%	18%
- Diplôme d'un cégep, d'un collège	17%	21%	19%	34%	22%	20%
- Certificat ou diplôme universitaire	12%	12%	41%	38%	28%	26%
Répartition des emplois selon la région						
Montréal	21,1%	26,2%	37,7%	47,6%	51,2%	23,9%
Montréal	22,2%	23,2%	18,1%	15,7%	15,0%	18,9%
Capitale-Nationale	3,4%	7,0%	9,3%	7,9%	4,8%	9,2%
Laurentides	6,2%	6,1%	5,9%	5,2%	4,4%	7,0%
Lanaudière	11,8%	7,5%	5,2%	4,4%	2,7%	5,8%
Chaudière-Appalaches	2,8%	7,5%	2,8%	2,7%	2,1%	5,5%
Laval	4,7%	6,7%	4,5%	5,4%	7,6%	5,1%
Outaouais	2,3%	2,8%	3,6%	2,6%	3,5%	4,7%
Estrie	4,2%	4,0%	3,6%	2,9%	2,6%	3,9%
Saguenay-Lac-St-Jean	1,7%	1,1%	2,1%	1,0%	1,1%	3,2%
Mauricie	5,3%	2,2%	2,2%	1,3%	1,3%	3,1%
Centre-du-Québec	12,8%	2,8%	1,2%	1,4%	0,8%	2,9%
Bas-St-Laurent	1,0%	1,3%	1,7%	1,0%	0,4%	2,4%
Abitibi-Témiscamingue	0,0%	1,0%	0,5%	0,5%	2,2%	1,8%
Côte-Nord	n.d.	0,2%	0,9%	n.d.	n.d.	1,2%
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	0,0%	0,2%	0,5%	n.d.	n.d.	0,9%
Nord du Québec	n.d.	0,0%	n.d.	0,0%	n.d.	0,4%

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.

Note : Les données sur le statut d'emploi sont celles des codes SCIAN à trois chiffres (322, 323, 511, 541 et 561).

Marché du travail

Le marché de l'emploi est exprimé selon trois données : le taux d'activité, le taux d'emploi et le taux de chômage.

Le taux d'activité au sein du secteur des communications graphiques se distingue de façon remarquable dans tous les sous-secteurs, se maintenant autour de 93 % ou 94 % en 2006 alors qu'au Québec le taux d'activité n'est que 65 %. Le taux d'emploi est également très bon, près de 90 % dans tous les sous-secteurs alors qu'au Québec il n'est que de 60 %. Il s'ensuit que le secteur des communications graphiques connaît un faible taux de chômage, autour de 5 % dans tous les sous-secteurs par rapport à 7 % pour le Québec.

Sexe

Rappelons d'abord qu'au Québec, dans tous les secteurs d'activités, les hommes représentent 53 % des employés.

Le secteur des communications graphiques comporte deux réalités bien différentes selon les sous-secteurs quant à la répartition entre les hommes et les femmes. La fabrication des produits en papier transformé (3222) de même l'impression et les activités connexes de soutien (3231) ont majoritairement des employés masculins (76 % et 63 %). Les deux sous-secteurs manufacturiers ont une composition masculine largement au-dessus de la moyenne québécoise.

Par contre, dans les deux autres sous-secteurs, les hommes sont légèrement minoritaires, puisque 52 % de femmes travaillent dans le sous-secteur de l'édition (5111) et 53 % dans le sous-secteur des services spécialisés de design (5414), soit dans les deux cas des pourcentages équivalents à la moyenne québécoise.

En regroupant les deux plus gros sous-secteurs : l'impression (3231) et l'édition (5111), qui représentent 66% de tous les employés, on constate que 57 % sont des hommes, mais qu'il y a une tendance à la féminisation et un rapprochement avec la moyenne québécoise de 53 % d'hommes.

Statut d'emploi

Dans tous les sous-secteurs des communications graphiques, les employés ont massivement un statut d'emploi à temps plein. Les sous-secteurs manufacturiers (3222 et 3231) se distinguent particulièrement, avec 97 % et 92 % d'employés à temps plein, ce qui est nettement supérieur à la moyenne québécoise (81 %). Les employés à temps partiel sont légèrement plus nombreux dans les sous-secteurs de l'édition (16 %) et des services spécialisés de design (14 %), mais de façon moins importante que la moyenne québécoise de 19 %.

Âge

Sur le plan de l'âge, le profil de la main-d'œuvre des sous-secteurs manufacturiers (3222 et 3231) est celui d'une population vieillissante, de fait elle est plus âgée que la moyenne provinciale, surtout dans la fabrication des produits de papier où 47 % des personnes ont

entre 45 et 64 ans alors que la moyenne québécoise pour cette catégorie d'âge est de 39 %. Deux autres sous-secteurs ont également des employés plus vieux que la moyenne québécoise : 40 % ont plus de 45 ans dans le sous-secteur de l'impression et des activités connexes (3231) et 41 % dans le sous-secteur de l'édition (5111). De plus, dans les trois sous-secteurs, il y a très peu de jeunes de 15 à 24 ans : respectivement 6 %, 9 % et 10 %, ce qui est inférieur à la moyenne provinciale de 14 %.

Le sous-secteur des services spécialisés de design présente un profil de main-d'œuvre d'âge moyen : une majorité (59 %) des employés est dans l'intervalle d'âge 25-44 ans, ce qui est nettement supérieur à la moyenne québécoise de 45 % pour cette catégorie d'âge. Les employés de 45 à 64 ans sont moins nombreux (30 %) et il y a également peu de jeunes (10 %).

Scolarité

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. Par exemple, 19 % des employés de la fabrication des produits en papier transformé (3222) et 18 % des employés de l'impression et activités connexes de soutien (3231) n'ont aucun grade, certificat ou diplôme (14 % au Québec). À l'autre extrémité, respectivement 29 % et 33 % des employés de ces deux sous-secteurs ont un diplôme collégial ou un certificat ou un diplôme universitaire (46 % au Québec).

Par contre, dans les deux autres sous-secteurs, la main-d'œuvre est plus scolarisée que la moyenne des travailleurs québécois. Ainsi, seulement 10 % et 3 % des employés de l'édition (5111) et des services spécialisés de design (5414) n'ont aucun grade, certificat ou diplôme alors que la moyenne québécoise est de 14 %. Et à l'autre extrémité, respectivement 60 % et 72 % des travailleurs de ces deux sous-secteurs ont un diplôme de niveau collégial ou un certificat ou un diplôme universitaire (46 % au Québec).

Les résultats du sondage mené auprès d'employés, qui œuvrent essentiellement dans le sous-secteur de l'impression, sont présentés au tableau 3.5. On constate que le niveau de scolarité des employés sondés est assez similaire à celui de la main-d'œuvre du code SCIAN 3231 Impression et activités connexes de soutien (tableau 3.4). L'échantillon d'employés sondés compte cependant moins de personnes aux deux extrêmes de l'échelle (aucun diplôme et diplôme universitaire) et plus de personnes qui ont un diplôme d'études secondaires général. Bien que le nombre d'employés sondés soit petit, l'échantillon est assez représentatif de la main-d'œuvre de leur sous-secteur d'activité sur le plan de la scolarité.

Tant les employeurs que les employés interrogés dans les groupes de discussion confirment que les entreprises embauchent sans formation pour les postes d'entrée et que les employés apprennent les divers métiers de l'impression en débutant généralement comme aides, surtout dans les grandes entreprises. Dans le cas où un employé doit apprendre le fonctionnement d'un équipement, il est jumelé à un employé expérimenté, pendant un temps variable pouvant durer quelques mois. Les grandes entreprises reconnaissent qu'un diplômé d'un programme d'études n'est pas intéressé par un poste d'aide et qu'il se tournera plutôt vers un autre employeur du secteur. Les entreprises plus petites sont plus à la recherche de diplômés des programmes d'études et elles les intègrent plus facilement dans leur personnel en tenant compte de leur formation.

Tableau 3.5 – Scolarité des employés sondés et comparaison avec le SCIAN 3231

Diplôme le plus élevé atteint	Employés sondés	Main-d'œuvre du SCIAN 3231 (tableau 3.4)
Aucun certificat ou diplôme (secondaire non complété)	11 %	18 %
Diplôme d'études secondaires général (DES)	43 %	29 %
Diplôme d'études professionnelles (DEP)	22 %	21 %
Diplôme d'études collégiales général	6 %	21 %
Diplôme d'études collégiales technique	17 %	
Diplôme universitaire	4 %	12 %

Sources : Enquête 2008 de DBSF-DAA Stratégies auprès de 123 employés des communications graphiques et tableau 3.4.

On constate que 54 % des employés sondés ne possèdent pas de formation qualifiante (aucun certificat ou diplôme, ou encore un diplôme d'études secondaires général sans formation professionnelle).

Fait troublant, le sondage révèle que seulement 56 % des répondants croient qu'il soit utile de suivre une formation pour exercer leur métier actuel. L'analyse de métiers à la section 3.3 tend à leur donner partiellement raison, du moins pour les métiers de pressier, d'opérateur et de manœuvre.

Pourtant, les employés interrogés ont reconnu que les métiers de la production sont plus exigeants intellectuellement et ils disent que les entreprises ne leur donnent pas assez de formation. Ils disent qu'il faut être à l'aise avec l'ordinateur, il faut comprendre ce qui se passe. Il faut une capacité pour apprendre, être structuré et logique. Ils n'ont toutefois pas fait de lien direct entre leur capacité à apprendre de nouveaux logiciels ou le fonctionnement d'équipement numérique ou avec leur préparation académique antérieure.

Répartition régionale

La main-d'œuvre des quatre sous-secteurs des communications graphiques est concentrée et surreprésentée à Montréal et dans la Montérégie. Ces deux régions regroupent 50 % des emplois de l'impression et activités connexes de soutien (3231), 56 % des emplois de l'édition (5111) et 63 % des emplois des services spécialisés de design (5414), alors qu'elles comptent 43 % de la main-d'œuvre québécoise.

Mentionnons que les régions de Lanaudière et du Centre-du-Québec sont surreprésentées dans le sous-secteur de la fabrication des produits de papier transformé (3222) : elles comptent pour 25 % des employés de ce sous-secteur, mais 9 % de la main-d'œuvre québécoise s'y retrouve.

Pour compléter, mentionnons que les six régions éloignées sont, pour ainsi dire, absentes du secteur des communications graphiques : 1 % des emplois en fabrication des produits transformés, 2,7 % des emplois de l'impression et activités connexes de soutien, 3,6 % dans l'édition et 1,5 % dans les services spécialisés de design alors qu'ensemble, ces régions regroupent 6,7 % de la main-d'œuvre québécoise.

Niveau de qualification des emplois

Le tableau 3.6 présente des données relatives au niveau de qualification des emplois compris dans les sous-secteurs SCIAN 3222, 3231, 5111, 5414 et 5614 sur une base comparative de l'ensemble de la main-d'œuvre québécoise.

Tableau 3.6 – Répartition des emplois en communications graphiques selon le niveau de qualification requis

	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	Tous les secteurs d'activité
Personnes occupées	10 255	26 630	16 580	11 720	13 660	3 735 495
Niveaux de qualification						
- Niveau 0 Gestion	8,6%	8,2%	11,7%	6,8%	6,6%	9,2%
- Niveau A Professionnel	3,1%	3,5%	29,6%	9,5%	8,4%	17,2%
- Niveau B Technique	27,9%	43,2%	21,5%	72,9%	23,1%	30,5%
- Niveau C Intermédiaire	46,6%	38,3%	34,1%	10,0%	47,4%	30,7%
- Niveau D Élémentaire	13,8%	6,7%	3,0%	0,8%	14,6%	12,4%

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.

Note : Une formation universitaire caractérise habituellement les niveaux de qualification 0 et A; une formation collégiale ou un programme d'apprentissage caractérisent le niveau de qualification B; une formation de niveau secondaire ou une formation spécifique à la profession, ou encore les deux, caractérisent le niveau de qualification C; une formation en cours d'emploi caractérise habituellement le niveau de compétence D.

Ces données indiquent que :

- Selon le sous-secteur, entre 7 % et 12 % des emplois sont classés de niveau gestion, c'est-à-dire qu'ils requièrent habituellement une formation universitaire. Cette proportion se situe près de la moyenne québécoise de 9 %.
- La proportion d'emplois classés de niveau professionnel (emplois qui requièrent également une formation universitaire) varie beaucoup selon le sous-secteur. Elle est très faible et nettement sous la moyenne québécoise de 17,2 % dans les deux sous-secteurs manufacturiers 3222 et 3231 (à peine plus de 3 %) et assez faible dans les services spécialisés de design (9,5 %). Cette proportion est cependant très élevée dans le sous-secteur de l'édition (30 %).
- La proportion d'emplois classés de niveau technique, c'est-à-dire qui requièrent habituellement une formation collégiale ou un programme d'apprentissage, est sous la moyenne québécoise de 30,5 % dans les sous-secteurs de la fabrication des produits de papier transformé (28 %) et de l'édition (22 %). Elle est nettement au-dessus de la moyenne dans le sous-secteur de l'impression et activités connexes de soutien (43 %) et, surtout, dans le sous-secteur des services spécialisés de design (73 %).
- La proportion d'emplois classés de niveau intermédiaire, qui exigent habituellement une formation de niveau secondaire ou une formation spécifique à la profession, est nettement au-dessus de la moyenne québécoise de 31 % dans le sous-secteur de la

fabrication des produits de papier transformé (47 %) et un peu au-dessus de cette moyenne dans les sous-secteurs de l'impression et activités connexes de soutien (38 %) et de l'édition (34 %). Elle est nettement sous la moyenne dans le sous-secteur des services spécialisés de design (10 %).

- Enfin, la proportion d'emplois classés de niveau élémentaire, qui exigent uniquement une formation en cours d'emploi, est nettement sous la moyenne québécoise de 12 % dans trois sous-secteurs. Elle est quasi absente dans les sous-secteurs de l'édition (3 %) et des services spécialisés de design (1 %) et très faible dans le sous-secteur de l'impression et activités connexes de soutien (7 %). Seul le sous-secteur de la fabrication des produits de papier transformé compte une proportion appréciable (14 %) d'emplois de niveau élémentaire.
- Globalement, parmi les quatre SCIAN, deux SCIAN dominent le classement des emplois à haut niveau de qualification : 89 % des emplois des services spécialisés en design (5414) et 62 % de ceux de l'édition (5111) sont au moins de niveau technique. Ces pourcentages sont supérieurs à celui du Québec alors que 57 % des emplois sont classés de niveau technique ou plus.
- Il y a proportionnellement plus d'emplois non qualifiés dans le SCIAN 3222 (fabrication de produits en papier transformé) que la moyenne québécoise. En effet, 60 % des emplois de ce SCIAN sont classés de niveau intermédiaire ou élémentaire alors que le pourcentage pour le Québec des emplois classés de niveau élémentaire ou intermédiaire n'est que de 43 %.

3.3 PRINCIPALES FONCTIONS DE TRAVAIL (MÉTIERS ET PROFESSIONS)

3.3.1 Fonctions de travail par secteur d'activité

On présente successivement dans les cinq prochains tableaux (3.7 à 3.11) la répartition des fonctions de travail (métiers et professions) que l'on retrouve dans chacun des sous-secteurs où les communications graphiques sont présentes :

- Tableau 3.7 : Fabrication de produits en papier transformé (SCIAN 3222);
- Tableau 3.8 : Impression et activités connexes de soutien (SCIAN 3231) ;
- Tableau 3.9 : Éditeurs de journaux, périodiques, livres et répertoires (SCIAN 5111);
- Tableau 3.10 : Services spécialisés de design (SCIAN 5414);
- Tableau 3.11 : Services de soutien aux entreprises (SCIAN 5614).

Tableau 3.7 – Métiers et professions de la CNP compris dans le SCIAN 3222 - fabrication de produits en papier transformé

3222		
Fabrication de produits en papier transformé		
Nombre total	10 260	100,0%
Principaux métiers et professions (n > 99)		
9435 Opérateurs de machines à façonner le papier	2 085	20,3%
9614 Manœuvres dans le traitement des pâtes et papiers et la transformation du bois	795	7,7%
7381 Opérateurs de presse à imprimer	550	5,4%
9433 Opérateurs de machines dans la fabrication et la finition du papier	515	5,0%
7311 Mécaniciens de chantier et mécaniciens industriels	450	4,4%
7452 Manutentionnaires	410	4,0%
9215 Surveillants dans la transformation des produits forestiers	375	3,7%
9619 Autres manœuvres des services de transformation, fabrication et utilité publique	350	3,4%
0911 Directeurs de la fabrication	340	3,3%
6411 Représentants des ventes non techniques - commerce de gros	245	2,4%
1471 Expéditeurs et réceptionnaires	175	1,7%
7411 Conducteurs de camions	155	1,5%
0016 Cadres supérieurs - production de biens, etc.	150	1,5%
9471 Opérateurs de machines à imprimer	150	1,5%
7351 Mécaniciens de machines fixes et opérateurs de machines auxiliaires	145	1,4%
1431 Commis à la comptabilité et personnel assimilé	140	1,4%
7231 Machinistes et vérificateurs d'usinage et d'outillage	130	1,3%
1241 Secrétaires (sauf domaines juridique et médical)	125	1,2%
1453 Commis aux services à la clientèle, commis à l'information et personnel assimilé	115	1,1%
1411 Commis de bureau généraux	105	1,0%
9234 Opérateurs au contrôle de la fabrication du papier et du couchage	105	1,0%
0111 Directeurs financiers	100	1,0%
1473 Commis à la production	100	1,0%
Total des principaux métiers et professions	7 810	76,1%
Autres métiers et professions (n = 50 à 99)		
7 CNP dont :		
9473 Opérateurs de machines à relier et de finition		
Autres métiers et professions (n < 50)		
97 CNP dont :		
1423 Opérateurs d'équipement d'édition et personnel assimilé		
5223 Techniciens en graphisme		
5241 Designers graphiques et illustrateurs		
7218 Surveillants de l'imprimerie et du personnel assimilé		
9472 Photgraveurs-clicheurs, photgraveurs-reporteurs		
Total des autres métiers et professions	2 375	23,1%

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.

Tableau 3.8 – Métiers et professions de la CNP compris dans le SCIAN 3231 - impression et activités connexes de soutien

3231		
Impression et activités connexes de soutien		
Nombre total	26 630	100,0%
Principaux métiers et professions (n > 99)		
7381 Opérateurs de presse à imprimer	5 865	22,0%
9473 Opérateurs de machines à relier et de finition	2 490	9,4%
5223 Techniciens en graphisme	1 485	5,6%
7218 Surveillants de l'imprimerie et du personnel assimilé	1 295	4,9%
9471 Opérateurs de machines à imprimer	1 290	4,8%
6411 Représentants des ventes non techniques - commerce de gros	1 250	4,7%
9619 Autres manoeuvres des services de transformation, de fabrication et d'utilité publique	1 180	4,4%
0016 Cadres supérieurs - production de biens, services d'utilité publique, transport et construction	770	2,9%
5241 Designers graphiques et illustrateurs	760	2,9%
0911 Directeurs de la fabrication	675	2,5%
1471 Expéditeurs et réceptionnaires	580	2,2%
9472 Photograpeurs-clicheurs, photograpeurs-reporteurs	580	2,2%
1241 Secrétaires (sauf domaines juridique et médical)	470	1,8%
1431 Commis à la comptabilité et personnel assimilé	465	1,7%
7452 Manutentionnaires	425	1,6%
1411 Commis de bureau généraux	400	1,5%
1453 Commis aux services à la clientèle, commis à l'information et personnel assimilé	370	1,4%
7311 Mécaniciens de chantier et mécaniciens industriels	355	1,3%
6421 Vendeurs et commis-vendeurs - commerce de détail	310	1,2%
1473 Commis à la production	300	1,1%
0611 Directeurs des ventes, du marketing et de la publicité	285	1,1%
1414 Réceptionnistes et standardistes	250	0,9%
1111 Vérificateurs et comptables	220	0,8%
7414 Chauffeurs-livreurs, services de livraison et de messagerie	185	0,7%
1423 Opérateurs d'équipement d'éditique et personnel assimilé	170	0,6%
1221 Agents d'administration	165	0,6%
1225 Agents aux achats	145	0,5%
6682 Repasseurs, presseurs et finisseurs	145	0,5%
2174 Programmeurs et développeurs en médias interactifs	130	0,5%
1422 Commis à la saisie des données	120	0,5%
9614 Manoeuvres dans le traitement des pâtes et papiers et la transformation du bois	115	0,4%
6663 Concierges et concierges d'immeubles	100	0,4%
Total des principaux métiers et professions	23 345	87,7%
Autres métiers et professions (n = 50 à 99)		
21 CNP		
Autres métiers et professions (n < 50)		
96 CNP dont :		
9474 Développeurs de films et de photographies		
Total des autres métiers et professions	3 215	12,1%

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.

Tableau 3.9 – Métiers et professions de la CNP compris dans le SCIAN 5111 - éditeurs de journaux, périodiques, livres et répertoires

5111 Éditeurs de journaux, périodiques, livres et répertoires		
Nombre total	16 580	100,0%
Principaux métiers et professions (n > 99)		
5123 Journalistes	1 660	10,0%
5122 Réviseurs, rédacteurs-réviseurs et chefs du service des nouvelles	1 445	8,7%
6411 Représentants des ventes non techniques - commerce de gros	1 250	7,5%
1463 Messagers et distributeurs - porte-à-porte	1 115	6,7%
5223 Techniciens en graphisme	700	4,2%
5241 Designers graphiques et illustrateurs	590	3,6%
0016 Cadres supérieurs - production de biens, etc.	530	3,2%
7381 Opérateurs de presse à imprimer	520	3,1%
0611 Directeurs des ventes, du marketing et de la publicité	500	3,0%
5121 Auteurs rédacteurs et écrivains	495	3,0%
0512 Directeurs - édition, cinéma, radiotélédiffusion et arts de la scène	460	2,8%
1241 Secrétaires (sauf domaines juridique et médical)	440	2,7%
1411 Commis de bureau généraux	440	2,7%
1452 Correspondanciers, commis aux publications et personnel assimilé	365	2,2%
1431 Commis à la comptabilité et personnel assimilé	325	2,0%
1471 Expéditeurs et réceptionnaires	290	1,7%
1453 Commis aux services à la clientèle, commis à l'information et personnel assimilé	265	1,6%
5124 Professionnels des relations publiques et des communications	245	1,5%
1414 Réceptionnistes et standardistes	230	1,4%
9619 Autres manoeuvres des services de transformation, fabrication et utilité publique	225	1,4%
6421 Vendeurs et commis-vendeurs - commerce de détail	200	1,2%
1423 Opérateurs d'équipement d'édition et personnel assimilé	195	1,2%
5221 Photographes	165	1,0%
0111 Directeurs financiers	140	0,8%
1122 Professionnels des services aux entreprises de gestion	135	0,8%
1111 Vérificateurs et comptables	120	0,7%
1422 Commis à la saisie des données	120	0,7%
2174 Programmeurs et développeurs en médias interactifs	120	0,7%
4163 Agents de développement économique, experts-conseils en marketing	105	0,6%
1222 Adjoints de direction	100	0,6%
7414 Chauffeurs-livreurs - services de livraison et de messagerie	100	0,6%
Total des principaux métiers et professions	13 590	82,0%
Autres métiers et professions (n = 50 à 99)		
18 CNP dont :		
7218 Surveillants de l'imprimerie et du personnel assimilé		
Autres métiers et professions (n < 50)		
87 CNP dont :		
9471 Opérateurs de machines à imprimer		
9472 Photographeurs-clicheurs, photographeurs-reporters		
9473 Opérateurs de machines à relier et de finition		
9474 Développeurs de films et de photographies		
Total des autres métiers et professions	2 935	17,7%

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.

Tableau 3.10 – Métiers et professions de la CNP compris dans le SCIAN 5414 - services spécialisés de design

5414 Services spécialisés de design		
Nombre total	11 725	100,0%
Principaux métiers et professions (n > 99)		
5241 Designers graphiques et illustrateurs	3 215	27,4%
5242 Designers d'intérieur	1 625	13,9%
5223 Techniciens en graphisme	810	6,9%
5243 Ensembliers de théâtre, dessinateurs de mode, concepteurs d'expositions	705	6,0%
2252 Designers industriels	580	4,9%
2253 Technologues et techniciens en dessin	465	4,0%
6421 Vendeurs et commis-vendeurs - commerce de détail	435	3,7%
0013 Cadres supérieurs - services financiers, communications, etc.	375	3,2%
7294 Peintres et décorateurs	220	1,9%
5131 Producteurs, réalisateurs, chorégraphes et personnel assimilé	210	1,8%
0611 Directeurs des ventes, du marketing et de la publicité	150	1,3%
1241 Secrétaires (sauf domaines juridique et médical)	140	1,2%
1411 Commis de bureau généraux	110	0,9%
1431 Commis à la comptabilité et personnel assimilé	110	0,9%
2175 Concepteurs et développeurs Web	110	0,9%
5136 Peintres, sculpteurs et autres artistes des arts visuels	100	0,9%
7342 Tailleurs, couturiers, fourreurs et modistes	100	0,9%
Total des principaux métiers et professions	9 460	80,7%
Autres métiers et professions (n = 50 à 99)		
11 CNP		
Autres métiers et professions (n < 50)		
83 CNP dont :		
1423 Opérateurs d'équipement d'édition et personnel assimilé		
7218 Surveillants de l'imprimerie et du personnel assimilé		
7381 Opérateurs de presse à imprimer		
9471 Opérateurs de machines à imprimer		
Total des autres métiers et professions	2 170	18,5%

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.

Tableau 3.11 – Métiers et professions de la CNP compris dans le SCIAN 5614 - services de soutien aux entreprises

5614 Services de soutien aux entreprises		
Nombre total	13 660	100,0%
Principaux métiers et professions (n > 99)		
1453 Commis aux services à la clientèle, à l'information et personnel assimilé	2 095	15,3%
6623 Autre personnel élémentaire de la vente	1 845	13,5%
1435 Agents de recouvrement	1 250	9,2%
1241 Secrétaires (sauf domaines juridique et médical)	705	5,2%
1424 Téléphonistes	675	4,9%
2282 Agents de soutien aux utilisateurs	525	3,8%
1454 Intervieweurs pour enquêtes et commis aux statistiques	360	2,6%
1213 Superviseurs de commis de bibliothèque, de correspondanciers, etc.	355	2,6%
6421 Vendeurs et commis-vendeurs - commerce de détail	350	2,6%
0013 Cadres supérieurs - services financiers, communications, etc.	305	2,2%
1411 Commis de bureau généraux	275	2,0%
1244 Rapporteurs judiciaires et transcripteurs médicaux	245	1,8%
1431 Commis à la comptabilité et personnel assimilé	210	1,5%
6411 Représentants des ventes non techniques - commerce de gros	175	1,3%
0611 Directeurs des ventes, du marketing et de la publicité	150	1,1%
1414 Réceptionnistes et standardistes	150	1,1%
1221 Agents d'administration	135	1,0%
5124 Professionnels des relations publiques et des communications	130	1,0%
1212 Superviseurs de commis de finance et d'assurance	115	0,8%
5122 Réviseurs, rédacteurs-réviseurs et chefs du service des nouvelles	115	0,8%
2171 Analystes et consultants en informatique	110	0,8%
4163 Agents de développ. économique, experts-conseils en marketing, etc.	110	0,8%
5121 Auteurs rédacteurs et écrivains	110	0,8%
1111 Vérificateurs et comptables	105	0,8%
Total des principaux métiers et professions	10 600	77,6%
Autres métiers et professions (n = 50 à 99)		
21 CNP dont :		
7381 Opérateurs de presse à imprimer		
5223 Techniciens en graphisme		
5241 Designers graphiques et illustrateurs		
9471 Opérateurs de machines à imprimer		
Autres métiers et professions (n < 50)		
85 CNP dont :		
0911 Directeurs de la fabrication		
7218 Surveillants de l'imprimerie et du personnel assimilé		
9473 Opérateurs de machines à relier et de finition		
1423 Opérateurs d'équipement d'édition et personnel assimilé		
9619 Autres manœuvres des services de transformation, fabrication et utilité publique		
9472 Photograpeurs-clicheurs, photograpeurs-reporters		
Total des autres métiers et professions	3 060	22,4%

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.

Les principales conclusions qui se dégagent des tableaux 3.7 à 3.10 sont les suivantes.

Fabrication de produits en papier transformé (3222) (tableau 3.7)

Les deux métiers les plus fréquents dans le sous-secteur SCIAN 3222 ne sont pas reliés aux communications graphiques, soit les métiers : *opérateur de machines à façonner le papier et manœuvre dans le traitement des pâtes et papiers et la transformation du bois* qui représentent respectivement 20,3 % et 7,7 % de la main-d'œuvre du sous-secteur. Cela s'explique par le fait qu'il s'agit d'un sous-secteur hybride entre l'industrie du papier et celle des communications graphiques.

Les deux métiers les plus importants directement reliés aux communications graphiques sont :

- au 3^e rang, 550 opérateurs de presse à imprimer (pressiers/opérateurs de presse), 5,4 % de la main-d'œuvre du sous-secteur;
- au 8^e rang, 350 autres manœuvres des services de transformation, de fabrication et d'utilité publique (aides-pressiers/assistants/manœuvres), 3,4 % de la main-d'œuvre.

Impression et activités connexes de soutien (3231) (tableau 3.8)

Le sous-secteur SCIAN 3231 faisant entièrement partie des communications graphiques, il est normal que la plupart des métiers les plus fréquents soient en lien direct avec cette industrie. Les plus importants numériquement sont :

- 5 865 opérateurs de presse à imprimer (pressiers/opérateurs de presse), 22,0 % de la main-d'œuvre du sous-secteur;
- 2 490 opérateurs de machines à relier et de finition (opérateurs d'équipement de finition-reliure), 9,4 % de la main-d'œuvre;
- 1 485 techniciens en graphisme (infographistes), 5,6 % de la main-d'œuvre;
- 1 295 surveillants de l'imprimerie (superviseurs/contremaîtres), 4,9 % de la main-d'œuvre;
- 1 290 opérateurs de machines à imprimer (pressiers/opérateurs de presse numérique), 4,9 % de la main-d'œuvre;
- 1 250 représentants des ventes non techniques (représentants, estimateurs), 4,7 % de la main-d'œuvre;
- 1 180 autres manœuvres des services de transformation, de fabrication et d'utilité publique (aides-pressiers/assistants/manœuvres), 4,4 % de la main-d'œuvre;
- 760 designers graphiques et illustrateurs (designers/concepteurs graphiques), 2,9 % de la main-d'œuvre;
- 675 directeurs de la fabrication (directeurs de la production/des opérations), 2,5 % de la main-d'œuvre.

Éditeurs de journaux, périodiques, livres et répertoires (5111) (tableau 3.9)

Les deux métiers les plus fréquents dans le sous-secteur SCIAN 5111, *journaliste* ainsi que *réviseur, rédacteur-réviseur et chef du service des nouvelles*, qui représentent respectivement 20,3 % et 7,7 % de la main-d'œuvre du sous-secteur, sont indirectement reliés aux communications graphiques, mais ils ne font pas l'objet d'une analyse dans la présente étude. Les métiers directement reliés aux communications graphiques les plus importants sont :

- au 3^e rang, 1 250 représentants des ventes non techniques (représentants, estimateurs);
- au 5^e rang, 700 techniciens en graphisme (infographistes), 4,2 % de la main-d'œuvre;
- au 6^e rang, 590 designers graphiques et illustrateurs (designers/concepteurs graphiques), 3,6 % de la main-d'œuvre;
- au 8^e rang, 520 opérateurs de presse à imprimer (pressiers/opérateurs de presse), 3,1 % de la main-d'œuvre.

Services spécialisés de design (5414) (tableau 3.10)

Deux des trois métiers les plus fréquents dans le sous-secteur SCIAN 5414 sont directement reliés aux communications graphiques :

- au 1^{er} rang, 3 215 designers graphiques et illustrateurs (designers/concepteurs graphiques), 27,4 % de la main-d'œuvre du sous-secteur;
- au 3^e rang, 810 techniciens en graphisme (infographistes), 6,9 % de la main-d'œuvre.

Le métier qui arrive au 2^e rang, *designer d'intérieur*, ne fait pas partie des communications graphiques.

Services de soutien aux entreprises (5614) (tableau 3.11)

Aucun parmi les métiers les plus fréquents dans le sous-secteur SCIAN 5614 n'est directement relié aux communications graphiques.

Le tableau 3.12 présente, par ordre d'importance numérique, les principales fonctions de travail du secteur des communications graphiques en intégrant les quatre codes SCIAN.

Tableau 3.12 – 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 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 des cinq secteurs d'activité
7381 Opérateurs de presse à imprimer (pressiers/opérateurs de presse)	550	5 865	520	25	85	7 045
5241 Designers graphiques et illustrateurs (designers/concepteurs graphiques)	25	760	590	3 215	50	4 640
5223 Techniciens en graphisme (infographistes/techniciens en graphisme)	25	1 485	700	810	55	3 075
6411 Représentants des ventes non techniques (représentants et estimateurs)	245	1 250	1 250	25	175	2 945
9473 Opérateurs de machines à relier et de finition de plieuse-colleuse, massicot, encarteuse-piqueuse, presse à procédés complémentaires, etc.)	75	2 490	25	0	25	2 615
9619 Autres manoeuvres des services de transformation, de fabrication et d'utilité publique (aides-pressiers/assistants/manoeuvres)	350	1 180	0	0	25	1 555
9471 Opérateurs de machines à imprimer (pressiers/opérateurs de presse numérique)	150	1 290	25	25	50	1 540
7218 Surveillants de l'imprimerie et du personnel assimilé (superviseurs/contremaîtres)	25	1 295	75	25	25	1 445
0911 Directeurs de la fabrication (directeurs de la production/des opérations)	340	675	0	0	25	1 040
9472 Photograpeurs-clicheurs, photograpeurs-reporteurs (certains opérateurs de préresse dont pelliculeurs et brûleurs de plaques)	25	580	25	0	25	655
1423 Opérateurs d'équipement d'édition et personnel assimilé (opérateurs de préresse - typographes)	25	170	195	0	25	415
9474 Développeurs de films et de photographies (opérateurs de préresse - tireurs d'épreuves)	0	25	25	0	0	50

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.

Note : pour les CNP où il y a entre 50 et 99 personnes, nous avons émis l'hypothèse de 75; pour ceux où il y a entre 1 et 49 personnes, nous avons émis l'hypothèse de 25.

Voici les constats qui se dégagent du tableau 3.12.

- Les quatre codes SCIAN 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 se retrouve surtout dans le SCIAN 3231 Impression et activités connexes de soutien.
- 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. Le métier de designer/concepteur graphique est particulièrement présent dans le SCIAN 5414 Services spécialisés de design, tandis que celui de technicien en graphisme/infographiste est davantage présent dans le SCIAN 3231 Impression et activités connexes de soutien.
- Au quatrième rang, on retrouve le métier de *représentant des ventes non techniques* (représentant et estimateur), avec 2 945 personnes. Il est surtout présent dans les SCIAN 3231 Impression et activités connexes de soutien et 5111 Éditeurs.

- Le métier d'*opérateur de machines à relier et de finition* (opérateur d'équipement de finition-reliure, lamineuse, plieuse-colleuse, massicot, encarteuse-piqueuse, presse à procédés complémentaires, etc.), avec 2 615 personnes, suit en cinquième position. Il est essentiellement présent dans le SCIAN 3231 Impression et activités connexes de soutien.
- 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. Ces trois métiers sont surtout présents dans le SCIAN 3231 Impression et activités connexes de soutien.
- On compte 1 040 *directeurs de la fabrication*, au neuvième rang.
- Enfin, les trois métiers d'opérateurs de prépresse sont très peu nombreux : *Photogreveur-clicheur*, *photogreveur-reporter* (certains opérateurs de prépresse dont pelliculeur et brûleur de plaque), avec 666 personnes, *opérateur d'équipement d'édition* (opérateur de prépresse – typographe), avec 415 personnes, et *développeur de films et photographies* (opérateur de prépresse – tireur d'épreuves), avec 50 personnes.

3.3.2 Évolution générale des métiers

Tous les métiers du sous-secteur de l'impression sont en évolution parce que l'impression s'automatise et la gestion s'informatise de plus en plus. Les presses sont de plus en plus performantes, l'équipement de finition et de reliure également et le prépresse continue à se transformer.

Les principaux facteurs de changement qui créent des pressions sur l'évolution des métiers sont, par exemple :

- Les changements d'ordre technologiques qui permettent de réduire le temps de préparation et de mise en train des presses et autres équipements, de produire plus rapidement en raison de l'accroissement de la vitesse d'exécution et d'améliorer la qualité de l'impression et de la finition des produits imprimés.
- L'évolution accélérée de la dimension manuelle des tâches vers une dimension plus technique et une complexification des tâches en raison de leur nature plus abstraite.
- L'évolution des métiers par l'ajout de tâches de nature informatique et la nécessité de résoudre des problématiques plus complexes dans l'exécution des tâches en s'appuyant sur des connaissances scientifiques et technologiques.
- Une augmentation dans les métiers du besoin de compétences liées à l'informatique.
- La pression sur la qualité et la quantité de travail dans les divers métiers qu'exerce la demande : tirages plus courts, plus sophistiqués, délais raccourcis et prise en charge de la préimpression par les clients.

Voici les principaux métiers affectés par tous ces changements.

Métiers en voie de disparition

Typographe, pelliculeur, brûleur de plaques et tireur d'épreuves

L'informatisation et la numérisation de l'équipement et des processus ces dernières années ont fortement affecté les métiers de la préimpression. Les logiciels de mise en page, de graphisme et de correction d'images ont pratiquement remplacé l'ensemble des outils traditionnels. Les techniques et l'équipement utilisés entraînent la diminution inexorable de certains postes.

Ainsi, la technologie du CTP (*computer to plate*), le «direct à la plaque» et ensuite du «direct à la presse», a entraîné la diminution des métiers de pelliculeur, de tireur d'épreuves et de brûleur de plaques. Les logiciels de graphisme, de traitement de texte et de mise en page ont fait disparaître le métier de typographe (et du préposé au traitement de texte). Les personnes ont dû s'ajuster et souvent elles ont été les premières à occuper des postes d'infographe ou des fonctions de service à la clientèle.

Les métiers de typographe, de pelliculeur, de brûleur de plaques et de tireur d'épreuves disparaissent graduellement, certaines tâches qui sont maintenues se fondent dans trois métiers : infographe en préimpression, technicien en graphisme, graphiste et concepteur-graphique. Les métiers en voie de disparition seront définis plus loin, mais ils ne seront traités qu'en survol, d'autant plus que les entreprises ne recrutent plus de ce personnel.

Troisième pressier

Un autre métier en disparition est celui du troisième pressier dont les tâches résiduelles encore utiles ont été confiées au bobinier (presse offset rotative) et au margeur (presse offset à feuilles), par exemple.

Métiers en mutation

Bobinier et margeur

Bien que les métiers de *bobinier* et de *margeur* (aides-pressiers) restent à peu près les mêmes, l'automatisation de l'équipement fait disparaître graduellement le métier de troisième pressier et le rythme accéléré des presses transforme les tâches des employés qui intègrent dans leurs tâches, notamment, certaines tâches du troisième pressier. Les efforts physiques du bobinier et du margeur ont diminué grâce à la technologie, mais l'alimentation de la presse en papier s'est accélérée dû à la vitesse de production des presses. De plus, le bobinier et le margeur sont appelés à utiliser des logiciels, un pour l'inventaire des papiers et des consommables et un autre de gestion de production afin de suivre les travaux en cours et à venir.

Opérateur d'équipement de procédés complémentaires

L'environnement technique de l'*opérateur de procédés complémentaires* s'informatise et s'automatise. Le métier a tendance à demander moins de compétences mécaniques et plus de compétences liées au traitement de données informatisées et aux commandes numériques. Les procédés sont de plus en plus performants et roulent de plus en plus vite, ce qui exige des opérateurs un haut niveau d'attention et une capacité à réagir vite. La

relève, qui maîtrise plus facilement les procédés numériques, éprouve des difficultés dans les procédés traditionnels et dans le diagnostic et la résolution de problème.

Métier en émergence

Opérateur de presse numérique

L'opérateur de presse numérique doit avoir des compétences en prépresse. Son travail diffère passablement de celui de l'opérateur de presse (presses offset rotative ou à feuilles, presse flexographique ou presse sérigraphique), soit du pressier

Il s'agit aussi d'un métier en mutation qui demande à l'opérateur des connaissances en infographie (prépresse) et en impression comme opérateur de presse. Le métier s'apprend sur le tas pour le moment et avec l'aide du manufacturier dont l'intervention se manifeste surtout au moment de l'installation. La fonction «d'opérateur ou de technicien d'équipement d'impression numérique» a déjà vu le jour dans beaucoup d'entreprises.

Métiers en demande

Dans le secteur des communications graphiques, les entreprises sont en demande pour six métiers en particulier.

Représentant, estimateur, chargé de projets

Largement en amont de l'impression, les entreprises doivent faire face à la concurrence et s'assurer d'un démarchage efficace de clients potentiels et démarrer et suivre les projets souvent dans des délais très courts. Les entreprises s'appuient sur le travail des *représentants*, des *estimateurs* et ensuite des *chargés de projets*. Ces trois métiers sont très en demande par les entreprises, car la recherche et la satisfaction des donneurs d'ouvrage, les clients, est à la base de leurs activités.

Pressier/opérateur de presse

Le métier de *pressier*, qui demande une grande expérience en impression et qui suppose, du moins dans la grande entreprise, un cheminement interne de plusieurs années, est un métier en demande.

En plus des compétences en impression sur l'équipement du moment, le pressier doit être capable de s'adapter aux changements d'équipement (informatisation et numérisation plus grandes). Il doit avoir de bonnes capacités physiques et être résistant au stress dans un contexte d'équipement très performant (grande vitesse, coût élevé des erreurs). Le remplacement d'un pressier, surtout d'un premier pressier est en général difficile pour les entreprises et ce métier sera très en demande avec les départs à la retraite.

Aide-pressier

L'aide-pressier (bobinier, margeur ou empileur) est le passage obligé du pressier dans les entreprises d'imprimerie. Les entreprises recherchent des employés mieux formés comme aide-pressier et qui ont le potentiel de gravir les échelons pour devenir éventuellement pressier. Comme l'équipement est de plus en plus sophistiqué, notamment au regard des

aspects techniques, les entreprises éprouvent de plus en plus de la difficulté à recruter pour les emplois d'aide-pressier.

Opérateur d'équipement de finition-reliure

Le métier d'opérateur d'équipement de finition-reliure (lamineuse, plieuse-colleuse, massicot, encarteuse-piqueuse, presse à procédés complémentaires, etc.) est également de plus en plus demandé et les entreprises éprouvent de la difficulté à recruter ces opérateurs qui doivent avoir des compétences plus grandes dues à l'automatisation de l'équipement et à sa numérisation. La demande est forte, mais les salaires ne sont pas suffisamment compétitifs, d'autant plus que les compétences exigées changent avec l'équipement. De plus, dans certaines entreprises, les horaires sont irréguliers.

3.4 DESCRIPTION DE CERTAINES FONCTIONS DE TRAVAIL CLÉS

3.4.1 Représentant, estimateur et chargé de projets

Définitions

Les trois métiers administratifs directement en lien avec le démarchage et la gestion des projets sont : le représentant, l'estimateur et le chargé de projets. Selon la taille de l'entreprise, les métiers sont organisés en trois fonctions distinctes ou, dans le cas des petites entreprises surtout, les métiers sont parfois regroupés en une seule ou deux fonctions. Le directeur général d'une petite entreprise peut même, par exemple, faire du démarchage de projets et confier à un seul employé l'estimation et la charge des projets.

Représentant

Le représentant en imprimerie recherche de nouveaux clients. Il fait la promotion des produits et des services offerts par une entreprise de communications graphiques. Il conseille les clients, fait préparer des devis par l'estimateur, négocie les contrats et conclut les ventes. Il transfère les dossiers des clients aux chargés de projets et assure un certain suivi pendant la production.

Estimateur

L'estimateur en imprimerie détermine le montant global des contrats d'impression. Il évalue pour chaque contrat la nature des travaux nécessaires pour satisfaire les clients dans les délais requis et il calcule, pour chaque contrat, le coût (main-d'œuvre et matériel). Il consigne le résultat de son évaluation dans un devis estimatif, le remet au représentant ou directement au client. Il s'assure que le devis soit respecté en cours de production.

Chargé de projets

Le chargé de projets coordonne les opérations de production des documents ou d'autres produits imprimés. Lorsque le représentant lui transfère le dossier d'un client, le chargé de projets planifie les étapes de production et inscrit au dossier les spécifications propres à

chacune de ces étapes. Il s'assure de la disponibilité du personnel et du matériel nécessaires à la production.

Pendant la production, le chargé de projets vérifie les travaux et s'assure du respect des normes de qualité et il s'occupe du suivi auprès des clients. Il prend les dispositions nécessaires pour que le produit imprimé soit livré au client dans les délais et lieux prévus.

Appellations courantes

Appellations d'emploi dans les entreprises interrogées :

Représentant

- Représentant des ventes
- Vendeur
- Représentant estimateur

Estimateur

- Estimateur
- Représentant estimateur

Chargé de projets

- Responsable de projet
- Estimateur chargé de projets

Types d'entreprises

Les représentants, estimateurs et chargés de projets travaillent généralement pour des imprimeries de journaux, de revues, livres et emballages ainsi que pour des ateliers de préimpression ou de reliure, des fabricants d'emballage, des fournisseurs des matières premières (encre, papier) des éditeurs de journaux, des services de reprographie.

On retrouve dans le tableau 3.13 les données sur la proportion des 350 entreprises sondées qui ont à leur emploi au moins un représentant, un estimateur et un chargé de projets.

Tableau 3.13 – Proportion des 350 entreprises sondées qui ont à leur emploi au moins un représentant, un estimateur et un chargé de projets

Secteur SCIAN	Représentant	Estimateur	Chargé de projets
3222 Fabrication de produits en papier transformé	90 %	55 %	20 %
3231 Impression et activités connexes de soutien	53 %	57 %	36 %
5111 Éditeurs	84 %	4 %	33 %
54143 Services de design graphique	31 %	23 %	45 %
56143 Centres de services aux entreprises	50 %	19 %	19 %
Ensemble des répondants	54 %	39 %	35 %

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

Plus de la moitié des entreprises ont un représentant. Les entreprises de fabrication de produits en papier transformé (3222) sont proportionnellement celles qui embauchent le plus (90 %) le représentant puis, suivies de près, les entreprises de l'édition (5111) (84 %).

Quatre entreprises sur dix embauchent un estimateur. Ce sont les entreprises de la fabrication qui embauchent le plus l'estimateur : 55 % pour le SCIAN 3231 et 57 % pour le SCIAN 3222. Seulement 35 % des entreprises font appel au chargé de projets, surtout les entreprises de services de design graphique (54143) qui embauchent le plus le chargé de projets (45 %). Le tiers des entreprises des SCIAN 3222 et 3231 font appel au chargé de projets.

Les personnes interrogées dans les groupes de discussion d'employeurs ont dit que les petites et moyennes entreprises avaient rarement les moyens d'ouvrir tous ces postes. Les tâches reliées aux fonctions sont plutôt confiées à plusieurs personnes. Ainsi, il n'est pas rare de voir une même personne assumer une, deux ou trois de ces fonctions. Il n'est pas rare non plus que ce soit le patron de l'entreprise qui soit également représentant et estimateur.

Exigences à l'embauche

Selon la documentation consultée, la formation exigée pour l'embauche d'un représentant, d'un estimateur ou d'un chargé de projets est :

- Un programme collégial en communications graphiques, soit le DEC 581.B0 Techniques de l'impression ou le DEC 581.C0 Gestion de projet en communications graphiques. Le programme en administration 410.DO Gestion commerciale est également une porte d'entrée pour le représentant.

Les entreprises interrogées en groupe de discussion ont précisé qu'elles exigent comme formation ou expérience :

- La formation demandée varie pour le chargé de projets d'un diplôme du secondaire à un DEC en gestion d'imprimerie selon les entreprises. L'expérience à l'interne et les compétences acquises sur le terrain remplacent le diplôme.
- La formation demandée pour l'estimateur est un DEC, surtout un DEC en imprimerie, et dans le cas du représentant, les entreprises demandent un DEC ou même un BAC en commerce par exemple.
- L'expérience dans une des trois fonctions, soit représentant, estimateur ou chargé de projets, surtout pour ceux qui détiennent au moins un DEC, et l'intérêt, les aptitudes et l'expérience acquise ouvrent de façon latérale la possibilité d'occuper des fonctions dans l'un des deux autres postes.
- Plusieurs années d'expérience dans l'entreprise (en général de deux à cinq ans) permettent d'occuper une des trois fonctions selon les habiletés des employés. Dans le cas du représentant, une expérience de cinq ans est demandée. Dans certains cas, les années d'expérience peuvent être remplacées par un niveau d'études plus élevé (DEC au minimum).

Scolarité demandée par les entreprises sondées

Le tableau 3.14 présente les données relatives aux exigences des 350 entreprises sondées pour l'embauche d'un représentant, d'un estimateur et d'un chargé de projets.

Tableau 3.14 – Formation scolaire exigée à l'embauche d'un représentant, d'un estimateur et d'un chargé de projets dans les entreprises sondées

Diplôme exigé	Représentant (n=189)	Estimateur (n=138)	Chargé de projets (n=122)
Aucun diplôme requis	26 %	22 %	12 %
Diplôme d'études secondaires général	19 %	14 %	11 %
Diplôme d'études professionnelles	7 %	7 %	4 %
Diplôme d'études collégiales	29 %	46 %	42 %
Diplôme universitaire	13 %	7 %	25 %
Ne sait pas	7 %	4 %	5 %
Si l'exigence est un DEC ou un diplôme universitaire, domaine de spécialisation demandé			
Gestion de l'imprimerie/impression/ communications graphiques	27 %	35 %	46 %
Marketing/vente	47 %	5 %	7 %
Gestion/administration	21 %	27 %	13 %
Graphisme/infographie	6 %	7 %	17 %
Estimation		12 %	
Comptabilité		4 %	
Gestion de projets			6 %

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

Parmi les trois métiers, ce sont les chargés de projets à qui les entreprises demandent d'avoir le plus de qualifications académiques, suivis des estimateurs et en dernier lieu des représentants. Une entreprise sur quatre demande même que l'estimateur ait un diplôme universitaire contre 13 % pour le représentant et 7 % pour l'estimateur.

42 % des entreprises demandent au représentant de détenir un diplôme collégial ou universitaire et elles préfèrent qu'il se soit spécialisé dans les domaines de: vente/marketing (47 %), gestion d'imprimerie (27 %) ou gestion/administration (21 %). Toutefois, 52 % des entreprises ne demandent pas plus qu'un diplôme du secondaire, général ou professionnel, au représentant.

53 % des entreprises demandent que l'estimateur ait un diplôme collégial ou universitaire en gestion d'imprimerie (35 %) ou en gestion/administration (27 %). Notons que 43 % des entreprises n'exigent pas plus qu'un diplôme du secondaire, général ou professionnel.

67 % des entreprises sondées demandent une formation d'enseignement supérieur pour le chargé de projets (études collégiales ou universitaires) surtout en gestion d'imprimerie (47 %), en graphisme (17 %) ou en gestion/administration (17 %).

Expérience demandée par les entreprises sondées

Les données concernant l'expérience demandée par les 350 entreprises sondées lors de l'embauche d'un représentant, d'un estimateur et d'un chargé de projets sont présentées au tableau 3.15.

Tableau 3.15 – Expérience demandée à l'embauche d'un représentant, d'un estimateur et d'un chargé de projets dans les entreprises sondées

Années d'expériences demandées	Représentant (n=189)	Estimateur (n=138)	Chargé de projets (n=122)
Aucune	21 %	18 %	13 %
1 ou 2 ans	23 %	22 %	26 %
3 ans ou plus	50 %	57 %	58 %
Ne sait pas	6 %	4 %	2 %

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

En général, les entreprises demandent qu'un l'employé ait une ou deux années d'expérience pour occuper une des fonctions de représentant (73 %), estimateur (79 %) ou chargé de projets (84 %). Une entreprise sur deux demande au moins trois ans d'expérience, surtout pour l'estimateur et le chargé de projets.

Les entrevues individuelles d'employeurs du secteur corroborent l'importance de l'expérience et de la connaissance de la chaîne de production graphique pour le chargé de projets qui, surtout dans les petites entreprises, est appelé à travailler de près avec l'équipe de production.

Les autres compétences et aptitudes recherchées par les entreprises pour ces fonctions sont :

Représentant

- Connaissance du marché
- Persuasion : capable de conseiller et de s'adapter au client
- Bonne approche client et souci du service à la clientèle
- Bon communicateur, bon négociateur
- Disponible (travail sur la route)
- Bilingue
- Professionnel

Estimateur

- Connaissances techniques
- Connaissance du marché
- Sens de l'organisation et de la planification
- Bonne approche client et souci du service à la clientèle
- Bon jugement, capacité d'analyse, respect du budget
- Aptitudes à estimer les coûts et le matériel et à préparer des devis

- Bilingue
- Professionnel

Chargé de projets

- Connaissances techniques
- Travail en équipe et leadership
- Capacité d'analyse, pensée logique
- Bonne approche client et souci du service à la clientèle
- Bon communicateur, diplomate
- Résistance au stress
- Habile à planifier et à gérer des étapes ordonnancées
- Bilingue
- Professionnel

Formation réellement détenue

De façon générale, dans les entreprises interrogées, la formation exigée est souvent celle qui est aussi détenue par les représentants. Dans le cas des estimateurs et surtout des chargés de projets, les entreprises interrogées demandent souvent que l'employé ait au moins un diplôme d'études collégiales. Par contre, une bonne expérience de terrain de quelques années peut compenser pour une formation académique moindre.

Cheminement au sein de l'entreprise

Le représentant en imprimerie, l'estimateur et le chargé de projets peuvent d'abord chacun accéder à l'un ou l'autre des deux autres fonctions selon les intérêts et les aptitudes de chacun. Ils peuvent ainsi acquérir de l'expérience approfondie dans une seule fonction ou des expériences plus générales dans deux ou trois des fonctions, ce qui avec des études (souvent universitaires) leur permet d'accéder à des postes de directeur des ventes ou de directeur du marketing, à des fonctions d'acheteur, de responsable de l'ordonnancement ou de directeur de production, de coordonnateur de la qualité, de directeur du service à la clientèle.

Représentant

Le représentant en imprimerie peut accéder, après quelques années d'expérience et en complétant sa formation à des postes de directeur des ventes ou de directeur du marketing. Il peut également occuper des postes d'estimateur et de chargé de projets.

Estimateur

L'estimateur en imprimerie peut accéder à des fonctions de chargé de projets ou occuper un poste de représentant des ventes. Il peut ensuite gravir les échelons dans l'industrie, la promotion interne étant fréquente, et avec l'expérience acquise et des études complétées accéder à des fonctions d'acheteur, de responsable de l'ordonnancement de directeur des ventes ou de directeur de production.

Chargé de projets

Le chargé de projets peut accéder à un poste d'estimateur ou de représentant. Après avoir acquis de l'expérience, il pourra accéder à un poste de représentant des ventes, d'acheteur, de responsable de l'ordonnancement ou de contremaître en imprimerie. En combinant cette expérience à des études, il pourra devenir coordonnateur de la qualité, directeur du service à la clientèle directeur de la production.

Difficultés de recrutement

La demande des entreprises des communications graphiques pour les trois métiers – représentant, estimateur et chargé de projets – est très forte et elles éprouvent des difficultés de recrutement, surtout dans le recrutement de candidats formés et expérimentés.

Selon les entreprises rencontrées, le recrutement de représentants, estimateurs et chargés de projets est assez ou très difficile et peut prendre facilement plusieurs mois. Les principales raisons expliquant cette difficulté sont :

- pénurie de travailleurs, insuffisance de candidats qualifiés sur le marché;
- formation insuffisante;
- concurrence des entreprises du secteur ou d'autres secteurs.

Certains employeurs déplorent une pénurie de main-d'œuvre des estimateurs et chargés de projets et mentionnent qu'il n'y a pas assez de diplômés du DEC en gestion d'imprimerie (les étudiants sont embauchés avant la fin de leurs études et le placement est de 100 %). Le maraudage est fréquent. Les entreprises recrutent fréquemment des représentants chez les concurrents. Il s'y trouve une main-d'œuvre formée et compétente et le représentant conserve son réseau de clients, ce qui permet d'accaparer une part du marché.

La difficulté de recrutement est confirmée par l'enquête auprès de 350 entreprises dont les résultats sont présentés au tableau 3.16.

Tableau 3.16 – Difficulté de recrutement d'un représentant, d'un estimateur et d'un chargé de projets dans les entreprises sondées

Niveau de difficulté de recrutement	Représentant (n=189)	Estimateur (n=138)	Chargé de projets (n=122)
Très facile	3 %	4 %	5 %
Plutôt facile	15 %	18 %	25 %
Plutôt difficile	42 %	33 %	46 %
Très difficile	34 %	29 %	16 %
Ne sait pas	6 %	17 %	8 %

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

Les entreprises sondées trouvent qu'il est difficile et très difficile de recruter des représentants (76 %), des estimateurs (62 %) et des chargés de projets (62 %), ce qui

pourrait expliquer les concessions qu'elles font sur la formation académique et l'expérience quand elles embauchent pour ces postes.

Évolution prévue de l'effectif

On retrouve au tableau 3.17 les données concernant l'évolution prévue du nombre de représentants, d'estimateurs et de chargés de projets dans les 350 entreprises sondées, au cours des trois prochaines années.

Tableau 3.17 – Évolution prévue du nombre de représentants, d'estimateurs et de chargés de projets dans les entreprises sondées, au cours des trois prochaines années

Évolution prévue du nombre, d'ici trois ans	Représentant (n=189)	Estimateur (n=138)	Chargé de projets (n=122)
Hausse	40 %	9 %	33 %
Stabilité	49 %	78 %	60 %
Baisse	6 %	10 %	5 %
Ne sait pas	5 %	3 %	2 %

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

Les entreprises sondées prévoient de la stabilité pour les postes d'estimateur (78 %), de chargé de projets (60 %) puis de représentant (40 %). Elles estiment néanmoins que le nombre de représentants augmentera (40 %) et de même pour les chargés de projets (33 %). Peu d'entreprises prévoient des baisses dans le nombre de postes de représentant (6 %), d'estimateur (10 %) et de chargé de projets (5 %).

Formation continue et perfectionnement en entreprise ou à l'extérieur

Les chargés de projet, estimateurs et représentants ont accès à des formations et du perfectionnement comparables aux autres employés. Mentionnons les programmes de perfectionnement de l'Institut des communications graphiques (ICGQ), notamment la *Chaîne graphique* et diverses formations en gestion : *Optimisation du temps*, *Le client ça concerne tout le monde*, *Vendeur proactif*, *Gestion de projets*.

Évolution de la fonction de travail

Les entreprises interrogées recherchent des chargés de projets, estimateurs et représentants davantage compétents sur le plan technique (chaîne graphique, procédés d'imposition et de finition-reliure). Les entreprises demandent aussi qu'ils se tiennent au courant des changements techniques et technologiques, qu'ils connaissent bien les produits finis de leur entreprise, qu'ils aient une vision globale de la chaîne graphique, et ce, tout en développant des habiletés de communication (maîtrise du français écrit) et la capacité de développer des liens de confiance, notamment avec les clients. Outre la mise à jour des connaissances techniques la nature même du travail ne devrait pas évoluer.

3.4.2 Concepteur graphiste, graphiste et infographiste

Dans les entreprises des communications graphiques, les appellations concepteur graphiste, graphiste et infographiste sont souvent confondues, D'ailleurs, certaines tâches sont partagées, ce qui alimente cette confusion.

Définitions

Concepteur graphiste

Le concepteur graphiste travaille généralement sous la supervision d'un directeur artistique. Le concepteur graphiste doit traduire en images le message ou l'idée que cherche à communiquer le client. Il développe un concept graphique en réalisant des croquis et des maquettes à l'aide de logiciels de conception graphique. Le concepteur graphiste réalise le montage final du concept en assemblant les images, les photos et les textes ou encore, selon l'organisation du travail dans l'entreprise confie le tout au graphiste.

Graphiste

Le travail du graphiste consiste à prendre connaissance des grandes lignes d'un projet à réaliser et à choisir les moyens techniques qui permettront d'assembler tous les éléments du concept graphique à développer : photos, illustrations, tableaux, textes, selon le cas. Il réalise ensuite des maquettes ou travaille à partir de celles du concepteur graphiste et mène à bien la réalisation du projet après l'approbation du client.

Infographiste ou infographe en préimpression

L'infographiste (ou infographe en préimpression) reçoit sous la forme d'un fichier informatique le contenu «virtuel» du document à imprimer. À l'aide de logiciels de mise en pages et de traitement de l'image et par l'utilisation d'appareils électroniques spécialisés, l'infographe vérifie et modifie le document en fonction du dossier de production et de la méthode d'impression choisie (offset, flexographie, sérigraphie, impression numérique). Il effectue la mise en page du document (disposer les pages de façon optimale afin qu'une fois l'impression complétée, le pliage et le coupage réalisés, les pages se retrouvent dans l'ordre original). Ensuite, il produit une copie unique qui permettra au graphiste et au client d'effectuer une dernière vérification avant de passer à l'impression.

Appellations courantes

Appellations d'emploi selon les entreprises interrogées :

Concepteur graphique

- Concepteur graphiste, concepteur graphique
- Designer graphiste, designer graphique

Infographiste, graphiste

- Infographiste
- Infographe en préimpression
- Technicien en préimpression

- Technicien au prépresse
- Technicien en graphisme

Types d'entreprises

Concepteur graphiste

On retrouve habituellement les concepteurs graphistes dans les milieux de travail suivants : pigiste ou travailleur autonome, éditeurs de livres, de revues ou de journaux, ateliers de graphisme ou bureaux de design, agences de publicité, de communication ou de marketing, imprimeries, des entreprises des secteurs public et privé possédant leur propre service d'imprimerie centres de production multimédia ou des compagnies de télévision et de production.

Infographiste et graphiste

Les lieux de travail des infographistes et graphistes étant les mêmes, nous les avons regroupés pour présenter ces lieux.

Les infographistes et les graphistes travaillent dans des imprimeries, des ateliers de préimpression, des ateliers d'impression numérique, des bureaux de services (sorties de films, d'épreuves, reproduction de petits tirages), des éditeurs de journaux, de magazines, de livres, des agences de publicité, des agences de multimédia.

On retrouve au tableau 3.18 les données sur la proportion des 350 entreprises sondées qui ont à leur emploi au moins un concepteur graphique, un graphiste ou un infographiste. Une très grande majorité des entreprises sondées utilisent les compétences d'employés occupant des postes de concepteur graphique, graphiste ou infographiste. Seules les entreprises du SCIAN 3222 (fabrication de produits en papier transformé) font peu appel à ces métiers (25 %). Dans l'ordre, les entreprises embauchent massivement ou assez massivement des concepteurs graphiques, graphistes et infographistes dans les entreprises de l'édition (91 %), des services de design graphique (82 %) et de l'impression et activités connexes de soutien (79 %).

Tableau 3.18 – Proportion des 350 entreprises sondées qui ont à leur emploi au moins un concepteur graphique, un graphiste ou un infographiste

Secteur SCIAN	Concepteur graphique, graphiste ou infographiste
3222 Fabrication de produits en papier transformé	25 %
3231 Impression et activités connexes de soutien	79 %
5111 Éditeurs	91 %
54143 Services de design graphique	82 %
56143 Centres de services aux entreprises	47 %
Ensemble des répondants	75 %

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

Exigences à l'embauche

Selon la documentation consultée, la formation exigée pour l'embauche d'un concepteur graphique, d'un graphiste et d'un infographe est :

- Pour le concepteur graphique, un diplôme d'études collégiales techniques DEC 570.A0 Graphisme (également sous la version 570.A0 DEC-BAC communication graphique) ou DEC 581.A0 Infographie en pré impression, ou le Baccalauréat en design graphique.
- Pour le graphiste, un diplôme d'études collégiales techniques DEC 570.A0 Graphisme (également sous la version 570.A0 DEC-BAC communication graphique) ou DEC 581.A0 Infographie en pré impression, ou encore un DEP 5221 Procédés infographiques.
- Pour l'infographiste, un diplôme d'études collégiales techniques DEC 581.A0 Infographie en préimpression, ou encore un DEP 5221 Procédés infographiques.

Les entreprises interrogées exigent, quant à elles, comme formation ou expérience :

- Pour le concepteur graphique et le graphiste, lorsqu'elles ont de tels postes, les entreprises demandent un diplôme d'études collégiales ou un diplôme universitaire.
- Dans le cas de l'infographiste, les entreprises demandent un diplôme d'études professionnel (DEP) ou un diplôme d'études collégiales (DEC).
- L'exigence en matière d'expérience varie d'une entreprise à l'autre. En général, les entreprises exigent autour de trois ans d'expérience.

Le tableau 3.19 présente les données relatives aux exigences des 350 entreprises sondées pour l'embauche d'un concepteur graphique, d'un graphiste ou d'un infographiste.

Tableau 3.19 – Formation scolaire exigée à l'embauche d'un concepteur graphique, d'un graphiste ou d'un infographiste dans les entreprises sondées

Diplôme exigé	Concepteur graphique, graphiste ou infographiste (n=263)
Aucun diplôme requis	9 %
Diplôme d'études secondaires général	6 %
Diplôme d'études professionnelles	32 %
Diplôme d'études collégiales	45 %
Diplôme universitaire	4 %
Ne sait pas	3 %
Si l'exigence est un DEP ou un DEC, domaine de spécialisation demandé	
Infographie	57 %
Graphisme	37 %
Design graphique	3 %
Gestion de l'imprimerie/impression/ communications graphiques	3 %

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

Une bonne majorité d'entreprises (77 %) exige, soit une formation professionnelle (32 %) ou technique (45 %) pour les postes de concepteur graphique, graphiste et infographiste, surtout avec une spécialisation en infographie (57 %) ou en graphisme (37 %). Seulement 15 % des entreprises se contentent d'une formation générale du secondaire pour ces métiers ou d'aucune formation.

Les questions soumises aux entreprises réunissaient ces trois métiers, ce qui ne permet pas de distinguer les formations des employés. Souvent l'infographiste a une formation professionnelle en infographie et le graphiste a, pour sa part, une formation collégiale en graphisme. Il n'est pas possible, toutefois, de savoir si les entreprises font ces distinctions.

Les données concernant l'expérience demandée par les 350 entreprises sondées lors de l'embauche d'un concepteur graphique, d'un graphiste ou d'un infographiste sont présentées au tableau 3.20.

Compte tenu du niveau élevé d'entreprises qui demandent un diplôme pour occuper les postes de concepteur graphique, de graphiste et d'infographiste (tableau 3.19), il n'est pas étonnant que les entreprises embauchent directement les diplômés. Ainsi, 30 % des entreprises n'exigent aucune expérience et 37 % assez peu d'expérience, une ou deux années.

Tableau 3.20 – Expérience demandée à l'embauche d'un concepteur graphique, d'un graphiste ou d'un infographiste dans les entreprises sondées

Années d'expériences demandées	Concepteur graphique, graphiste ou infographiste (n=263)
Aucune	30 %
1 ou 2 ans	37 %
3 ans ou plus	30 %
Ne sait pas	3 %

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

Les autres compétences et aptitudes recherchées sont :

Concepteur graphique

- Connaissances techniques et informatiques
- Capacité à travailler en équipe
- Créativité et minutie
- Sens de l'esthétique
- Curiosité (nouveaux logiciels et méthodes)
- Avant-gardisme, originalité
- Connaissances techniques et informatiques

Graphiste

- Connaissances techniques et informatiques
- Capacité de travailler sous pression avec efficacité

- Minutie
- Débrouillardise
- Esprit de synthèse
- Curiosité (nouveaux logiciels et méthodes)
- Connaissances techniques et informatiques

Infographiste ou infographe en préimpression

- Connaissances techniques et informatiques
- Connaissances des normes de qualité
- Initiative, logique graphique
- Grande minutie et souci du détail
- Curiosité (nouveaux logiciels et méthodes)
- Avant-gardisme sur le plan technique

Formation réellement détenue

De façon générale, la formation exigée est celle qui est aussi détenue.

Cheminement au sein de l'entreprise

Concepteur graphiste et graphiste

Le concepteur graphiste et le graphiste peuvent avoir des cheminements de carrière semblables.

Un diplômé de design graphique (université) débute souvent dans un poste de graphiste et c'est aussi le cas pour le technicien en graphisme. Après quelques années d'expérience (au moins deux à trois ans), le graphiste peut accéder à un poste de concepteur graphiste. Par la suite au fil des années, il pourra accéder à un poste de directeur artistique ou de directeur de publicité ou de directeur du marketing.

Infographiste

L'infographiste peut se spécialiser dans l'élaboration, la réalisation et le contrôle de la qualité de la mise en pages, ainsi que dans la gestion des étapes précédant l'impression et la diffusion des documents graphiques. Il pourra devenir chef d'équipe, contremaître du département de prépresse ou représentant technique pour de l'équipement ou des logiciels.

Difficultés de recrutement

Les entreprises interrogées dans les groupes de discussion sont partagées quant aux difficultés de recrutement d'employés de conception (concepteur graphique, graphiste, infographiste). Ceci est dû dans certains cas au fait que les employés changent plus facilement d'emploi et sont moins stables en entreprise, surtout les graphistes. Il est plus

difficile de recruter des infographistes également. Certaines entreprises font appel à des pigistes pour l'ensemble ou pour une partie de leurs activités de conception graphique.

Cette difficulté moyenne de recrutement est confirmée par l'enquête auprès de 350 entreprises dont les résultats sont présentés au tableau 3.21.

Tableau 3.21 – Difficulté de recrutement d'un concepteur graphique, d'un graphiste ou d'un infographiste dans les entreprises sondées

Niveau de difficulté de recrutement	Concepteur graphique, graphiste ou infographiste (n=263)
Très facile	11 %
Plutôt facile	37 %
Plutôt difficile	34 %
Très difficile	13 %
Ne sait pas	5 %

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

Les entreprises sondées sont partagées sur la facilité de recruter des concepteurs graphiques, des graphistes ou des infographistes. La moitié des entreprises trouvent qu'il est très facile et facile de recruter alors qu'une autre moitié trouve qu'il est difficile et très difficile de recruter. Comme on n'a pas distingué les trois postes dans les questions posées aux entreprises, il n'est pas possible de déterminer quels postes sont les plus difficiles à combler entre l'infographiste et le graphiste, par exemple.

Statistiques sociodémographiques et répartition par sous-secteur SCIAN

Dans ce qui suit, on présente deux tableaux de statistiques variées relatives aux métiers de concepteur graphique, graphiste et infographiste.

Le tableau 3.22 est consacré à des données sociodémographiques sur le marché du travail, le sexe, l'âge et la répartition des emplois dans les régions du Québec. Dans le tableau 3.23, on présente la répartition croisée des CNP (concepteurs graphiques, graphistes et infographistes) selon tous les secteurs d'activités dont celui des communications graphiques.

Tableau 3.22 – Statistiques sociodémographiques : techniciens en graphisme (infographistes) (CNP 5223) et designers graphiques et illustrateurs (concepteurs graphiques) (CNP 5241)

	CNP 5223	CNP 5241	Ensemble des professions
Population active totale	5 350	10 315	4 015 200
Personnes occupées	5 065	9 860	3 735 505
Marché du travail			
- Taux d'activité	95,1%	95,5%	64,9%
- Taux d'emploi	90,0%	91,3%	60,4%
- Taux de chômage	5,3%	4,5%	7,0%
Sexe (personnes en emploi)			
- femmes	47%	47%	47%
- hommes	53%	53%	53%
Statut d'emploi			
- plein temps	88%	85%	81%
- temps partiel	12%	15%	19%
Âge (personnes en emploi)			
- 15-24 ans	12%	12%	14%
- 25-44 ans	58%	64%	45%
- 45-64 ans	28%	24%	39%
Scolarité selon le plus haut grade, certificat ou diplôme atteint			
- Aucun grade, certificat ou diplôme	4%	2%	14%
- Diplôme d'études secondaires (DES)	16%	11%	22%
- Diplôme d'études professionnelles	30%	9%	18%
- Diplôme d'un cégep, d'un collège	37%	41%	20%
- Certificat ou diplôme universitaire	12%	37%	26%
Répartition des emplois selon la région			
Montréal	25,7%	45,6%	23,9%
Montréal	20,2%	12,7%	18,9%
Capitale-Nationale	11,9%	10,5%	9,2%
Laurentides	7,9%	4,4%	7,0%
Lanaudière	6,6%	3,4%	5,8%
Chaudière - Appalaches	6,9%	2,7%	5,5%
Laval	5,0%	5,2%	5,1%
Outaouais	2,0%	3,9%	4,7%
Estrie	3,6%	2,8%	3,9%
Saguenay - Lac-Saint-Jean	1,6%	1,8%	3,2%
Mauricie	2,3%	1,3%	3,1%
Centre-du-Québec	2,0%	2,2%	2,9%
Bas-Saint-Laurent	1,0%	1,3%	2,4%
Abitibi - Témiscamingue	2,0%	1,1%	1,8%
Côte-Nord	n.d.	n.d.	1,2%
Gaspésie - Îles-de-la-Madeleine	n.d.	0,6%	0,9%
Nord-du-Québec	n.d.	n.d.	0,4%

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.

Tableau 3.23 – Répartition des techniciens en graphisme (infographistes) (CNP 5223) et des designers graphiques et illustrateurs (concepteurs graphiques) (CNP 5241) par sous-secteur SCIAN

Secteurs	CNP 5223	CNP 5241
31-33 Fabrication		
3231 - Impression et activités connexes de soutien	29,3%	7,7%
3399 - Autres activités diverses de fabrication	3,7%	2,9%
51 - Industries de l'information et industrie culturelle		
5112 - Éditeurs de logiciels		2,3%
5111 - Éditeurs de journaux, de périodiques, de livres et de répertoires	13,8%	6,0%
5121 - Industries du film et de la vidéo		3,1%
54 - Services professionnels, scientifiques et techniques		
5414 - Services spécialisés de design	16,0%	32,6%
5415 - Conception de systèmes informatiques et services connexes		5,2%
5418 - Publicité et services connexes	10,3%	8,1%
71 - Arts, spectacles et loisirs		
7115 - Artistes, auteurs, interprètes indépendants		2,1%
Autres secteurs	26,9%	30,0%

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.

Note : les SCIAN où les pourcentages sont inférieurs à 2 % ne sont pas inclus.

Voici les constats qui se dégagent des tableaux 3.22 et 3.23.

- Il y a 5 065 personnes exerçant le métier de technicien en graphisme (infographiste, CNP 5223) et 9 860 exerçant le métier de designer graphique et illustrateur (concepteur graphique, CNP 5241).
- Les techniciens en graphisme (infographistes) travaillent, en premier lieu, dans le sous-secteur de l'impression et des activités connexes de soutien (29,3 %). Ils sont également assez présents dans les sous-secteurs des services spécialisés de design (16 %), de l'édition de journaux, périodiques, livres et répertoires (13,8 %) et de la publicité (10,3 %). En tout, 59 % d'entre eux se retrouvent dans un sous-secteur SCIAN en lien avec les communications graphiques.
- Les designers graphiques et illustrateurs (concepteurs graphiques) œuvrent, en premier lieu, dans le sous-secteur des services spécialisés de design (32,6 %). On en retrouve aussi une certaine concentration dans les sous-secteurs de la publicité (8,1 %), de l'impression et des activités connexes de soutien (7,7 %), de l'édition de journaux, périodiques, livres et répertoires (6 %) et de la conception de systèmes informatiques (5,2 %). En tout, un peu plus de 46 % d'entre eux se retrouvent dans un sous-secteur SCIAN en lien avec les communications graphiques.

- Pour chacun des deux métiers, les taux d'activité (autour de 95 %) et d'emploi (autour de 90 %) sont très élevés; le taux de chômage (autour de 5 %) est bas et inférieur à la moyenne québécoise.
- Pour chacun des deux métiers, on compte une légère majorité d'hommes, 53 %, soit la moyenne de la main-d'œuvre québécoise.
- La grande majorité des emplois des deux métiers sont à plein temps (88 % et 85 %).
- Les deux métiers se retrouvent majoritairement dans la tranche d'âge des 25 à 44 ans. Les techniciens en graphisme (infographistes) sont légèrement plus âgés que les designers graphiques et illustrateurs (concepteurs graphiques) mais, dans les deux cas, ils sont plus jeunes que la moyenne des travailleurs québécois et beaucoup moins présents dans la tranche d'âge des 45 ans et plus.
- Les techniciens en graphisme (infographistes) sont surtout détenteurs d'un diplôme collégial (37 %) ou d'un DEP (30 %), tandis que les designers graphiques et illustrateurs (concepteurs graphiques) sont surtout détenteurs d'un diplôme collégial (41 %) ou d'un diplôme universitaire (37 %).
- La répartition géographique des techniciens en graphisme (infographistes) correspond à peu près à celle de l'ensemble des travailleurs québécois, avec une légère surreprésentation à Montréal, en Montérégie et dans la Capitale-Nationale. Par contre, les designers graphiques et illustrateurs (concepteurs graphiques) sont très concentrés et surreprésentés à Montréal (46 %) et sous-représentés dans presque toutes les autres régions.

Évolution prévue de l'effectif

Le nombre d'employés pour les métiers d'infographistes et de graphistes (technicien graphique) a augmenté de façon remarquable depuis 1996, passant de 2 345 à 3 740 en 2001, et ensuite à 5 065 en 2006.

Les entreprises interrogées en groupe de discussion disent que l'effectif pour les postes de concepteur graphiste, graphiste et infographiste sera plutôt stable (pour la majorité) ou légèrement à la hausse (dans quelques entreprises) au cours des trois prochaines années, sauf peut-être pour les postes d'infographistes qui pourraient subir une légère baisse de l'ordre de 10 %.

On retrouve au tableau 3.24 les données concernant l'évolution prévue du nombre de concepteurs graphique, de graphistes ou d'infographistes dans les 350 entreprises sondées, au cours des trois prochaines années. Les résultats vont dans le même sens que ceux recueillis lors des groupes de discussion.

Tableau 3.24 – Évolution prévue du nombre de concepteurs graphique, de graphistes ou d'infographistes dans les entreprises sondées, au cours des trois prochaines années

Évolution prévue du nombre, d'ici trois ans	Concepteur graphique, graphiste ou infographiste (n=263)
Hausse	33 %
Stabilité	59 %
Baisse	5 %
Ne sait pas	3 %

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

Formation continue et perfectionnement en entreprise ou à l'extérieur

Les trois fonctions demandent de la part de leur détenteur de se tenir à l'affût des nouveaux logiciels et procédés et de rester avant-garde sur le plan technique. Peu de formation est donnée en entreprise pour ces fonctions qu'on peut plus difficilement « apprendre sur le tas » et le compagnonnage ne suffit pas. Les entreprises préfèrent embaucher des diplômés, car il faut maîtriser certaines connaissances et maîtriser des logiciels. Les employés qui occupent ces postes sont effectivement dans la majorité des cas des diplômés en infographie ou en graphisme.

Évolution de la fonction de travail

Les grands changements technologiques des deux dernières décennies surtout ont fait disparaître des métiers comme celui de typographe et mis de l'avant celui de l'infographiste et du graphiste qui ont intégré certaines tâches relevant auparavant du typographe, et également de plus en plus des tâches du tireur d'épreuves et du brûleur de plaques.

Outre la mise à jour des connaissances techniques, la nature même du travail ne devrait pas évoluer dans les prochaines années. Les entreprises interrogées souhaitent que les concepteurs graphistes, graphistes et infographistes maîtrisent bien le français écrit et se tiennent au courant des changements techniques et technologies, qu'ils connaissent bien leurs produits finis, qu'ils aient une vision globale de la chaîne graphique, et ce, tout en développant leur expertise technique et leurs connaissances des procédés et des nouveaux logiciels qu'ils doivent aussi apprendre à maîtriser. Ainsi, l'amélioration des logiciels va se poursuivre au cours des prochaines années et l'exercice de ces métiers continuera à se complexifier.

3.4.3 Contremaître/superviseur en imprimerie

Définition

Le contremaître en imprimerie a la responsabilité de superviser, coordonner et planifier les activités des travailleurs d'un département. Chaque département de l'imprimerie compte

généralement un ou plusieurs contremaîtres attitrés : préimpression, impression et finition-reliure.

Appellations courantes

Appellations d'emploi selon les entreprises interrogées :

- Contremaître en imprimerie
- Contremaître
- Superviseur en imprimerie
- Superviseur
- Contremaître ou superviseur à la production
- Contremaître ou superviseur aux opérations
- Contremaître ou superviseur à la prépresse
- Contremaître ou superviseur aux presses
- Contremaître ou superviseur à la finition-reliure

Types d'entreprises

Le contremaître en imprimerie peut travailler dans les milieux suivants : des ateliers de préimpression, des ateliers de reliure, des éditeurs de journaux, de magazines et de livres, des imprimeries commerciales, des entreprises des secteurs public et privé possédant leur propre service d'imprimerie.

On retrouve au tableau 3.25 les données recueillies auprès de 350 entreprises sondées qui ont à leur emploi au moins un contremaître en imprimerie.

Tableau 3.25 – Proportion des 350 entreprises sondées qui ont à leur emploi au moins un contremaître en imprimerie

Sous-secteur SCIAN	Contremaître en imprimerie
3222 Fabrication de produits en papier transformé	85 %
3231 Impression et activités connexes de soutien	51 %
5111 Éditeurs	47 %
54143 Services de design graphique	20 %
56143 Centres de services aux entreprises	16 %
Ensemble des répondants	43 %

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

Seulement 43 % des entreprises interrogées emploient un contremaître ou un superviseur. Proportionnellement, toutefois, les entreprises de la fabrication de produits transformés emploient massivement des contremaîtres (85 %). La moitié des entreprises de l'impression et des activités connexes de soutien et la moitié des entreprises de l'édition font appel à des

contremaîtres. Peu d'entreprises des services de design (20 %) et des centres de services aux entreprises (16 %) emploient des contremaîtres.

Exigences à l'embauche

Selon la documentation consultée, la formation exigée pour le contremaître en imprimerie est :

- Un programme collégial en communications graphiques, soit le DEC 581.08 Techniques en gestion d'imprimerie (Ce DEC sera remplacé en septembre 2008 par le DEC 581.CO Gestion de projet en communications graphiques).
- Un certificat universitaire en production industrielle – communications graphiques.

Les entreprises interrogées ont précisé leurs exigences en matière de formation et expérience :

- Aucune formation jusqu'à une formation collégiale, selon les entreprises.
- Plusieurs années d'expérience (en général un minimum de cinq ans) dans l'industrie ou dans l'entreprise et idéalement quelques années d'expérience en gestion de personnel.
- Une connaissance des activités du département qu'ils auront à superviser (on accède au poste par cheminement interne).

Le tableau 3.26 présente les données relatives aux exigences des 350 entreprises sondées pour l'embauche d'un contremaître en imprimerie.

Tableau 3.26 – Formation scolaire exigée à l'embauche d'un contremaître en imprimerie dans les entreprises sondées

Diplôme exigé	Contremaître en imprimerie (n=150)
Aucun diplôme requis	23 %
Diplôme d'études secondaires général	25 %
Diplôme d'études professionnelles	9 %
Diplôme d'études collégiales	31 %
Diplôme universitaire	5 %
Ne sait pas	7 %
Si l'exigence est un DEP ou un DEC, domaine de spécialisation demandé	
Gestion de l'imprimerie/impression/ communications graphiques	31 %
Graphisme/infographie	27 %
Gestion/administration	16 %
Gestion de la production/des opérations	12 %
Gestion des ressources humaines	6 %

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

Près de 60 % des entreprises emploient des contremaîtres ayant au plus un diplôme d'études secondaire (professionnel ou général) et 23 % des entreprises n'exigent pas de diplôme. Par contre, une entreprise sur trois demande au contremaître de détenir un diplôme d'enseignement collégial. Quand les entreprises exigent un DEP ou un DEC, elles préfèrent que le contremaître ait une spécialisation en gestion d'imprimerie (31 %), en graphisme/infographisme (27 %) ou en gestion (34 %).

Les données concernant l'expérience demandée par les entreprises sondées qui embauchent des contremaîtres en imprimerie sont présentées au tableau 3.27.

Tableau 3.27 – Expérience demandée à l'embauche d'un contremaître en imprimerie dans les entreprises sondées

Années d'expériences demandées	Contremaître en imprimerie (n=150)
Aucune	9 %
1 ou 2 ans	7 %
3 ans ou plus	83 %
Ne sait pas	1 %

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

Une vaste majorité (83 %) des entreprises sondées exigent au moins trois années d'expérience avant d'occuper un poste de contremaître, ce qu'ont corroboré les employeurs interrogés dans les groupes de discussion des entreprises.

Les autres compétences et aptitudes recherchées sont :

- Leadership
- Connaissances techniques en imprimerie
- Capacité de planifier et de coordonner
- Capacité à respecter des objectifs et des échéances
- Bon jugement, flexibilité et maîtrise de soi

Formation réellement détenue

De façon générale, la formation exigée n'est pas celle qui est détenue. Ainsi, plusieurs entreprises, peu importe la taille, n'offrent les postes de contremaître qu'à des employés d'expérience, qui ont monté les échelons et démontrent les aptitudes nécessaires (par exemple, le leadership); elles n'ont donc pas d'exigences en matière de diplôme.

Cheminement au sein de l'entreprise

Le contremaître d'un département des communications graphiques est généralement un employé de l'entreprise qui la connaît bien et qui, après plusieurs années d'expérience à titre d'opérateur ou de pressier, accède à ce poste de supervision. L'expérience est importante et les qualités personnelles également : leadership, sens des responsabilités et capacité à

travailler sous pression. Après plusieurs années d'expérience, le contremaître pourra accéder à un poste de directeur de la production s'il poursuit une formation en gestion.

Difficultés de recrutement

Le poste de contremaître est l'un de ceux que les entreprises ont de la difficulté à combler. Pour les entreprises interrogées, le recrutement de contremaîtres est assez ou très difficile et peut prendre facilement plusieurs mois avant d'être comblé. Les principales raisons expliquant cette difficulté sont :

- pénurie de travailleurs, peu de candidats intéressés;
- écart salarial avec le chef pressier en défaveur du contremaître.

Le recrutement interne par promotion est souvent privilégié, par exemple confier un poste de contremaître au meilleur chef pressier. Mais celui-ci ne souhaite pas nécessairement évoluer vers un poste de superviseur, car il n'y trouve pas d'avantages particuliers. Certaines entreprises recrutent chez leurs concurrents ou dans d'autres secteurs industriels.

Cette difficulté de recrutement est confirmée par l'enquête auprès de 350 entreprises dont les résultats sont présentés au tableau 3.28. En effet, 67 % des entreprises interrogées disent qu'il est difficile et très difficile de recruter des contremaîtres.

Tableau 3.28– Difficulté de recrutement d'un contremaître en imprimerie dans les entreprises sondées

Niveau de difficulté de recrutement	Contremaître en imprimerie (n=150)
Très facile	4 %
Plutôt facile	18 %
Plutôt difficile	45 %
Très difficile	22 %
Ne sait pas	11 %

Sources : Enquête 2008 de DBSF-DAA Stratégies auprès de 350 entreprises des communications graphiques.

Statistiques sociodémographiques et répartition par sous-secteur SCIAN

Dans ce qui suit, on présente deux tableaux de statistiques variées relatives au métier de contremaître. Le tableau 3.29 est consacré à des données sociodémographiques sur le marché du travail, le sexe, l'âge et la répartition des emplois dans les régions du Québec. Au tableau 3.30, on présente des données sur la répartition des surveillants d'imprimerie selon les secteurs d'activités.

Tableau 3.29 – Statistiques sociodémographiques : surveillants de l'imprimerie et personnel assimilé (contremaîtres/superviseurs) (CNP 7218)

	CNP 7218	Ensemble des professions
Population active totale	1 875	4 015 200
Personnes occupées	1 810	3 735 505
Marché du travail		
- Taux d'activité	96,6%	64,9%
- Taux d'emploi	93,3%	60,4%
- Taux de chômage	3,5%	7,0%
Sexe (personnes en emploi)		
- femmes	36%	47%
- hommes	64%	53%
Statut d'emploi		
- plein temps	95%	81%
- temps partiel	5%	19%
Âge (personnes en emploi)		
- 15-24 ans	0%	14%
- 25-44 ans	46%	45%
- 45-64 ans	48%	39%
Scolarité selon le plus haut grade, certificat ou diplôme atteint		
- Aucun grade, certificat ou diplôme	15%	14%
- Diplôme d'études secondaires (DES)	33%	22%
- Diplôme d'études professionnelles	21%	18%
- Diplôme d'un cégep, d'un collège	15%	20%
- Certificat ou diplôme universaire	13%	26%
Répartition des emplois selon la région		
Montréal	27,9%	23,9%
Montréal	18,8%	18,9%
Capitale-Nationale	4,7%	9,2%
Laurentides	9,7%	7,0%
Lanaudière	12,4%	5,8%
Chaudière - Appalaches	3,9%	5,5%
Laval	5,8%	5,1%
Outaouais	4,4%	4,7%
Estrie	4,4%	3,9%
Saguenay - Lac-Saint-Jean	n.d.	3,2%
Mauricie	n.d.	3,1%
Centre-du-Québec	2,8%	2,9%
Bas-Saint-Laurent	n.d.	2,4%
Abitibi - Témiscamingue	n.d.	1,8%
Côte-Nord	n.d.	1,2%
Gaspésie - Îles-de-la-Madeleine	0,0%	0,9%
Nord-du-Québec	0,0%	0,4%

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.

Tableau 3.30 – Répartition des surveillants de l'imprimerie et personnel assimilé (contremaîtres/superviseurs) par sous-secteur SCIAN

Secteurs	CNP 7218
31-33 Fabrication	
3231 - Impression et activités connexes de soutien	71,3%
3222 - Fabrication de produits en papier transformé	~1,5%
51 - Industries de l'information et industrie culturelle	
5111 - Éditeurs de journaux, de périodiques, de livres et de répertoires	5,2%
56 - Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	
5614 - Services de soutien aux entreprises	2,2%
Autres secteurs	19,8%

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.

Note : les SCIAN où les pourcentages sont inférieurs à 1 % ne sont pas inclus.

Voici ce qu'il faut retenir des données des tableaux 3.29 et 3.30 :

- 1 810 personnes exercent le métier de surveillant de l'imprimerie (contremaître/superviseur, CNP 7218).
- Les contremaîtres/superviseurs travaillent en forte majorité dans le sous-secteur de l'impression et des activités connexes de soutien (71,3 %). Ils sont également présents dans les sous-secteurs de l'édition de journaux, périodiques, livres et répertoires (5,2 %), des services de soutien aux entreprises (2,2 %) et de la fabrication des produits en papier transformé (1,5 %). En tout, 80 % d'entre eux se retrouvent dans un secteur SCIAN en lien avec les communications graphiques.
- Les taux d'activité (97 %) et d'emploi (93 %) chez les contremaîtres/superviseurs sont très élevés; le taux de chômage (3,5 %) est très bas et la moitié moindre que la moyenne québécoise.
- Près des deux tiers des contremaîtres/superviseurs (64 %) sont des hommes, soit plus que la moyenne de la main-d'œuvre québécoise (53 %).
- La très grande majorité des contremaîtres/superviseurs travaillent à plein temps (95 %).
- Les contremaîtres/superviseurs sont plus âgés que la moyenne des travailleurs québécois : aucun n'est âgé de moins de 25 ans (ce qui est normal, compte tenu de la nature du poste) et 48 % d'entre eux ont entre 45 et 64 ans (moyenne québécoise de 39 %).
- Par rapport à la moyenne des travailleurs québécois, les contremaîtres/superviseurs sont surreprésentés à Montréal (28 %), dans Lanaudière (12,4 %) et dans les Laurentides (9,7 %). Ils sont sous-représentés dans la Capitale-Nationale et presque totalement absents des régions ressources.

Évolution prévue de l'effectif

Les données concernant l'évolution prévue du nombre de contremaîtres en imprimerie dans les 350 entreprises sondées sont présentées au tableau 3.31.

Tableau 3.31 – Évolution prévue du nombre de contremaîtres en imprimerie dans les entreprises sondées, au cours des trois prochaines années

Évolution prévue du nombre, d'ici trois ans	Contremaître en imprimerie (n=150)
Hausse	9 %
Stabilité	83 %
Baisse	4 %
Ne sait pas	3 %

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

Les prévisions d'effectifs de contremaître pour les trois prochaines années sont stables. Les entreprises interrogées confirment que le roulement des contremaîtres en imprimerie est faible, et que les employés ont généralement développé un fort sentiment d'appartenance à l'entreprise.

Formation continue et perfectionnement en entreprise ou à l'extérieur

Le superviseur suit les mêmes formations de perfectionnement que l'ensemble des employés d'usine en ce qui a trait aux procédures et à la santé et sécurité au travail. Par ailleurs, en raison de l'importance de la gestion dans les tâches du superviseur, certaines entreprises veillent à ce que ceux-ci suivent également des cours de gestion ou de leadership. Mentionnons, à cet égard, les programmes de perfectionnement de l'Institut des communications graphiques (ICGQ), notamment la *Chaîne graphique*, et en gestion : *Optimisation du temps*, *Amélioration de la productivité*, *Gestion de projets*, *Communication interpersonnelle*, *Formation et coaching*.

Évolution de la fonction de travail

La fonction de surveillant d'imprimerie risque de diminuer dans les prochaines années, car ceux-ci ont moins à intervenir dans la conduite des machines.

La plus grande spécialisation des opérateurs et des pressiers les confine à un rôle davantage axé sur l'amélioration continue des processus de production. Les exigences des entreprises sur le plan des connaissances évoluent vers des connaissances et des habiletés de gestion incluant la gestion du personnel.

3.4.4 Pressier/opérateur de presse

Définitions

Les pressiers sont fondamentalement des opérateurs de presse qui se distinguent selon les procédés d'impression et la nature de leur travail varie selon la taille de l'entreprise. Ce métier est au cœur de la production en imprimerie. Dans le milieu des communications graphiques, on distingue le pressier des autres opérateurs. Tous les pressiers doivent faire fonctionner une presse caractérisée par le procédé d'impression : lithographie (offset), flexographie, sérigraphie et presse numérique. Les pressiers préparent leur presse, ils effectuent les réglages, contrôlent les anomalies et voient à son entretien.

Pressier sur presse offset (lithographie)

Le pressier sur presse offset est responsable de préparer la presse avant l'impression en programmant les couleurs par ordinateur. Il effectue les réglages nécessaires selon le dossier du produit à imprimer, démarre la presse. Il intervient rapidement en cas d'anomalie. Il veille à l'entretien de la presse.

Le pressier sur *presse offset rotative* produit des imprimés sur du papier en rouleau continu. Il se sert d'une presse pouvant imprimer simultanément sur les deux côtés de la bande de papier. Suivant le modèle de presse, le pressier peut imprimer une à dix couleurs et vernis à la fois, et ce sur une à douze bandes de papier à la fois. Selon sa spécialité, le pressier peut imprimer des produits commerciaux à l'aide de presses offset avec séchoir ou «heat set», des journaux à l'aide de presses offset sans séchoir ou «cold set», et des formules d'affaires avec des presses spécialement conçues pour ce type de produit.

Le pressier *sur presse offset à feuilles* (deux couleurs ou quatre couleurs) réalise des imprimés avec une presse offset à feuilles comportant deux cylindres de plaques, deux cylindres blanchets et deux cylindres d'impression dans le cas de l'offset à feuilles à deux couleurs, et au minimum quatre cylindres de plaques, quatre blanchets et quatre cylindres d'impression dans le cas de l'offset à feuilles à quatre couleurs.

Pressier sur presse flexographique

Le pressier sur presse flexographique est responsable de la préparation de la mise en train et de l'entretien de la presse. La presse flexographique est utilisée pour imprimer sur différents supports (films plastiques, cartons ondulés, papier, etc.) servant à l'emballage de différents produits, tels que : étiquettes autocollantes, sacs de plastique, emballages flexibles, emballages papier, boîtes d'emballage en carton ondulé, etc.

La préparation suppose une méthode d'exposition à la lumière des plaques souples en relief (caoutchouc ou polymère) qui serviront à l'impression. Ensuite le pressier prépare la matrice, les systèmes de vernissage et d'encrage pour ajuster les couleurs. Il installe la bobine du support à imprimer et règle son passage sur la presse avant de régulariser les systèmes de séchage. Il effectue ensuite la mise en train de la presse, vérifie la qualité de l'impression tout au long du tirage et entretient la presse quand tout est terminé.

Pressier sur presse sérigraphique

Le pressier sur presse sérigraphique imprime à l'aide d'une soie (d'un écran) sur différents supports, tels que des étiquettes, des bannières, du papier, etc. Il prépare, fait fonctionner et entretient la presse. Il prépare des écrans faits de soie ou de nylon (pochoirs tendus sur des cadres) qui servent à imprimer. Il dépose ensuite les écrans à l'intérieur d'une presse où, un à un et en cascades, ils sont placés sur une surface à imprimer. À cette étape, une raclette est activée manuellement ou automatiquement par le pressier pour pousser l'encre à travers les pores de la toile qui ne sont pas bloqués par les formes à imprimer. Ensuite, le pressier fait sécher puis nettoie la presse.

Certaines innovations contribuent à l'évolution de ce processus d'impression, par exemple, l'utilisation de fibres synthétiques (nylon et polyester) et de fils de métal en acier inoxydable pour la fabrication de tissus sérigraphiques. L'arrivée de nouvelles émulsions, d'encre UV, la présence accrue de presses multicolours en ligne automatisée et l'utilisation de formes d'impression «direct à l'écran» contribuent notamment, à l'évolution des procédés sérigraphiques.

Opérateur de presse numérique ou technicien en impression numérique

L'opérateur de presse numérique n'est pas uniquement un spécialiste de l'impression, il est aussi un technicien de prépresse. Selon la presse sur laquelle il travaille (rotative ou à feuilles), il doit préparer le système d'impression et calibrer les couleurs en plus de vérifier les fichiers informatiques du client. Il procède aux ajustements nécessaires en fonction des spécifications du dossier avant de démarrer l'impression. Il veille au maintien de la qualité de l'impression du début à la fin. Il intervient peu mécaniquement, mais il doit néanmoins ajuster la presse en cas d'anomalie et en assurer l'entretien. Les infographes sont les principaux opérateurs des équipements d'impression numérique. Les compétences générales exigées de l'opérateur de presse numérique et du premier pressier se distinguent fortement, entre autres, le technicien en impression numérique doit avoir une très bonne connaissance d'une variété de logiciels, être capable de valider les fichiers de départ et en général avoir un sens approfondi de l'informatique.

L'opérateur de presse numérique ou le technicien en impression numérique commande à l'écran le résultat recherché, choisit les paramètres de réglage et lance l'impression. Une fois la presse en marche, les logiciels prennent en charge certains réglages mécaniques et électroniques de l'équipement pour produire l'imprimé. Grâce à l'équipement, le document à imprimer n'est plus reporté de manière analogique sur une forme imprimante (plaque), mais plutôt décrit et constitué physiquement par des données numériques générées, traitées et imprimées par des moyens électroniques. La majeure partie du procédé d'impression est prise en charge par les logiciels et l'équipement.

Appellations courantes

Appellations d'emploi selon les entreprises interrogées :

- Opérateur de presse, pressier, premier pressier, deuxième pressier
- Apprenti pressier
- Pressier sur presse offset rotative
- Pressier sur presse flexographique
- Pressier sur presse sérigraphique
- Opérateur de presse numérique; technicien en impression numérique

Types d'entreprises

Les pressiers en imprimerie peuvent travailler dans les milieux suivants : des imprimeries commerciales, des imprimeries spécialisées en formules d'affaires, des entreprises d'emballages, des entreprises de journaux et revues, des compagnies du secteur privé ou public ayant leur propre imprimerie.

On retrouve au tableau 3.32 les données sur la proportion des 350 entreprises sondées qui ont à leur emploi au moins un pressier et un opérateur de presse numérique.

Tableau 3.32 – Proportion des 350 entreprises sondées qui ont à leur emploi au moins un pressier et un opérateur de presse numérique

Sous-secteur SCIAN	Pressier	Opérateur de presse numérique
3222 Fabrication de produits en papier transformé	70 %	0 %
3231 Impression et activités connexes de soutien	70 %	29 %
5111 Éditeurs	13 %	2 %
54143 Services de design graphique	1 %	5 %
56143 Centres de services aux entreprises	6 %	25 %
Ensemble des répondants	42 %	18 %

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

42 % des entreprises sondées embauchent des pressiers et 18 % des opérateurs de presses numériques. Ce sont surtout les entreprises de la fabrication qui emploient des pressiers, soit sept sur dix des entreprises sondées des SCIAN 3222 et 3231. Quant aux opérateurs de presses numériques, le tiers des entreprises interrogées du SCIAN 3231 et le quart de celles du SCIAN 56143 disent qu'elles embauchent de tels opérateurs. Enfin, les pressiers sont très peu présents dans les entreprises de l'édition (13 %) et les centres de services aux entreprises (6 %) puis absents des services de design graphique (1 %).

Exigences à l'embauche

Selon la documentation consultée, la formation exigée pour l'embauche d'un pressier en imprimerie est :

- Pour l'impression sur presses offset ou flexographique, un programme collégial en communications graphiques, soit DEC 581.B0 Techniques de l'impression.
- Pour l'impression sur presse sérigraphique, un programme secondaire DEP 5246 Imprimerie.
- Pour l'opérateur de presse numérique, s'ajoute au programme collégial DEC 581.B0 Techniques de l'impression, le DEC 581.A0 Infographie en préimpression. S'ajoutent également le programme secondaire DEP 5221 et les attestations d'études collégiales suivantes s'ajoutent : AEC NWE.21 Techniques d'infographie, AEC NWC.0N Infographie appliquée à l'imprimerie et AEC NTA.0W Publication électronique.

Les entreprises interrogées exigent comme formation ou expérience :

- Au moins un DEP.
- Plusieurs années d'expérience dans le département de l'impression (en général un minimum de cinq ans pour le premier pressier et de un à trois ans pour le deuxième pressier) et idéalement quelques années d'expérience avec des presses automatisées. Dans le cas des très grosses entreprises, l'expérience demandée est un minimum de dix ans comme aide-pressier.
- Les entreprises recherchent chez les pressiers en imprimerie une connaissance approfondie du processus d'impression et des activités du département de l'impression.

Le tableau 3.33 présente les données relatives aux exigences des 350 entreprises sondées pour l'embauche d'un pressier et d'un opérateur de presse numérique.

Tableau 3.33 – Formation scolaire exigée à l'embauche d'un pressier et d'un opérateur de presse numérique dans les entreprises sondées

Diplôme exigé	Pressier (n=148)	Opérateur de presse numérique (n=64)
Aucun diplôme requis	30 %	25 %
Diplôme d'études secondaires général	25 %	22 %
Diplôme d'études professionnelles	26 %	25 %
Diplôme d'études collégiales	14 %	25 %
Diplôme universitaire	1 %	2 %
Ne sait pas	4 %	2 %
Si l'exigence est un DEP ou un DEC, domaine de spécialisation demandé		
Procédés d'imprimerie/impression/ presse/techniques d'imprimerie	77 %	24 %
Graphisme / infographie	7 %	42 %
Flexographie / sérigraphie / finition	6 %	
Impression offset	5 %	
Impression numérique		15 %
Multimédia		9 %
Informatique		3 %

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

Pour majorité (55 %) des entreprises interrogées qui ont des pressiers, il n'y a pas d'exigence particulière de formation : un diplôme d'enseignement secondaire général ou aucune formation suffisent. Par contre, 40 % des entreprises demandent des études professionnelles ou des études collégiales et parmi celles-ci, 84 % demandent une spécialisation liée aux compétences d'imprimerie, soit en procédés d'imprimerie/impression/presse/techniques d'imprimerie (77 %) et en graphisme/infographie (7 %). Dans le cas des opérateurs numériques, 50 % des entreprises interrogées demandent des études spécialisées en imprimerie, soit un DEP professionnel (25 %) ou un DEC (25 %) et parmi celles-ci, 24 % demandent une spécialisation en procédés d'imprimerie/impression/presse/techniques d'imprimerie et 42 % en graphisme/infographie.

Les entreprises interrogées en groupes de discussion font valoir que le travail de l'opérateur de presse numérique est très différent de celui du pressier. Une partie de son travail demande des connaissances de prépresse, en infographie ou en graphisme notamment. L'impression comme telle est numérisée et assumée en quelque sorte par la presse numérique. La difficulté n'est pas tant d'opérer la presse numérique, mais de monter correctement le prêt-à-imprimer.

Les données concernant l'expérience demandée par les entreprises sondées lorsqu'elles embauchent un pressier ou un opérateur de presse numérique sont présentées au tableau 3.34.

Tableau 3.34 – Expérience demandée à l'embauche d'un pressier et d'un opérateur de presse numérique dans les entreprises sondées

Années d'expériences demandées	Pressier (n=148)	Opérateur de presse numérique (n=64)
Aucune	24 %	28 %
1 ou 2 ans	24 %	37 %
3 ans ou plus	49 %	21 %
Ne sait pas	4 %	14 %

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

Proportionnellement, plus d'entreprises demandent de l'expérience au pressier (73 %) qu'à l'opérateur de presse numérique (58 %) et même la moitié demande au pressier d'avoir au moins trois ans d'expérience. Il reste qu'une entreprise sur quatre embauche des travailleurs sans expérience pour l'un ou l'autre des deux postes, soit celui de pressier ou d'opérateur de presse numérique.

Les entrevues individuelles en profondeur et les employeurs des groupes de discussion ont fait valoir que le pressier apprend son métier sur le terrain pendant plusieurs années et que ce métier exigeait une solide expérience des presses et de l'imprimerie, une expérience dans certaines entreprises pouvant aller jusqu'à dix ans pour les bons pressiers. Même un employé diplômé doit faire beaucoup de terrain pour acquérir l'expérience nécessaire comme pressier surtout dans les grosses entreprises et sur les grosses presses.

Les employés interrogés dans les groupes de discussion ont corroboré la nécessité pour le pressier de détenir une bonne expérience. Ils ont ajouté qu'il manque de pressiers expérimentés dans la résolution de problèmes mécaniques, qui peuvent survenir même avec les presses numérisées et informatisées. Les plus jeunes pressiers sont plus «techniques» et moins «mécaniques».

Les autres compétences et aptitudes recherchées sont :

- Connaissances techniques en impression, normes de qualité, couleurs
- Bon esprit d'équipe, savoir motiver
- Autonomie et initiative
- Sens de l'observation, souci du détail, bonne concentration
- Résistance physique
- Résistance au stress (vitesse des machines, échéances, etc.)
- Ouverture à la formation continue (capacité à apprendre et rester à jour)
- Un sens artistique dans le cas du pressier sur presse sérigraphique

Formation réellement détenue

En matière de scolarité, la formation réellement détenue par les pressiers varie entre aucun diplôme, surtout pour les travailleurs les plus âgés, et un diplôme d'études secondaires. Des

travailleurs plus scolarisés font aussi partie des rangs des pressiers, mais ils sont minoritaires.

Puisque le pressier commence au bas de l'échelle comme aide-pressier et parfois comme aide général, sa formation académique est généralement faible. Avec les compétences nécessaires pour opérer les machines numérisées, on peut prévoir que les exigences scolaires augmenteront dans les années à venir. Il en va de même pour les opérateurs de presses numériques à qui on demande des connaissances en infographie notamment. Quelques entreprises interrogées embauchent des finissants détenant une attestation de formation en imprimerie (Reliure/Finition/Copies numériques) de l'entreprise d'insertion à but non lucratif Imprimerie-Emploi.

Cheminement au sein de l'entreprise

Le pressier a débuté dans une plus petite entreprise ou comme apprenti pressier ou comme aide-pressier. Au fil des ans, selon la taille de l'entreprise et la formation qu'il détient, il pourra gravir les échelons devenir deuxième et ensuite premier pressier. Il peut devenir compagnon d'apprentissage et au cours des années, s'il possède les qualités requises, accéder à un poste de contremaître aux presses, devenir responsable de l'ordonnancement et directeur de production.

Difficultés de recrutement

Habituellement les emplois de pressiers sont comblés par promotion d'employés en cheminement interne qui acquièrent de l'expérience en débutant comme aide. Mais l'informatisation, la numérisation et l'automatisation accrues de l'équipement de presse et des procédés demandent de plus grandes compétences et des habiletés en informatique.

Selon les entreprises interrogées, le recrutement des pressiers est relativement difficile; cependant, elles disent qu'elles disposent d'une relève. Le recrutement du deuxième pressier est facile, mais dans le cas du premier pressier, il est nettement plus difficile. De fait, ce poste est en demande par les entreprises et les personnes susceptibles de l'occuper éventuellement doivent accumuler beaucoup d'expérience en impression.

Plusieurs raisons expliquent les difficultés de recrutement :

- pénurie de travailleurs, départs à la retraite, insuffisance de candidats qualifiés sur le marché;
- formation insuffisante (connaissances techniques);
- concurrence des entreprises du secteur.

Cette relative difficulté de recrutement est confirmée par l'enquête auprès de 350 entreprises dont les résultats sont présentés au tableau 3.35. En effet, pour une entreprise sur deux, il est difficile ou très difficile de recruter pour des postes de pressiers et, cela est encore plus manifeste dans le cas des opérateurs de presse numériques (60 %).

Tableau 3.35 – Difficulté de recrutement d'un pressier et d'un opérateur de presse numérique dans les entreprises sondées

Niveau de difficulté de recrutement	Pressier (n=148)	Opérateur de presse numérique (n=64)
Très facile	4 %	4 %
Plutôt facile	28 %	18 %
Plutôt difficile	42 %	33 %
Très difficile	7 %	29 %
Ne sait pas	20 %	17 %

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

Statistiques sociodémographiques et répartition par sous-secteur SCIAN

Dans ce qui suit, on présente deux tableaux de statistiques variées relatives au métier d'opérateurs de presse à imprimer et opérateurs de machines à imprimer pressiers/opérateurs de presse et de presse numérique.

Le tableau 3.36 est consacré à des données sociodémographiques sur le marché du travail, le sexe, l'âge et la répartition des emplois dans les régions du Québec.

Le tableau 3.37 présente la répartition des opérateurs de presse à imprimer et des opérateurs de machines à imprimer (pressiers/ opérateurs de presse et de presse numérique) par sous-secteur SCIAN.

Tableau 3.36 – Statistiques sociodémographiques : opérateurs de presse à imprimer (CNP 7381) et opérateurs de machines à imprimer (CNP 9471) (pressiers/opérateurs de presse et de presse numérique)

	CNP 7381	CNP 9471	CNP 7381 et 9471	Ensemble des professions
Population active totale	8 810	2 170	10 980	4 015 200
Personnes occupées	8 385	2 060	10 445	3 735 505
Marché du travail				
- Taux d'activité	94,1%	90,2%	93,3%	64,9%
- Taux d'emploi	89,5%	85,7%	88,7%	60,4%
- Taux de chômage	4,9%	4,8%	4,9%	7,0%
Sexe (personnes en emploi)				
- femmes	14%	36%	18%	47%
- hommes	86%	64%	82%	53%
Statut d'emploi				
- plein temps	94%	92%	94%	81%
- temps partiel	6%	8%	6%	19%
Âge (personnes en emploi)				
- 15-24 ans	9%	19%	11%	14%
- 25-44 ans	49%	44%	48%	45%
- 45-64 ans	40%	37%	39%	39%
Scolarité selon le plus haut grade, certificat ou diplôme atteint				
- Aucun grade, certificat ou diplôme	22%	29%	24%	14%
- Diplôme d'études secondaires (DES)	29%	36%	31%	22%
- Diplôme d'études professionnelles	30%	16%	28%	18%
- Diplôme d'un cégep, d'un collège	14%	15%	14%	20%
- Certificat ou diplôme universitaire	3%	0%	2%	26%
Répartition des emplois selon la région				
Montréal	21,3%	38,8%	24,8%	23,9%
Montréal	24,2%	18,7%	23,1%	18,9%
Capitale-Nationale	5,7%	4,1%	5,4%	9,2%
Laurentides	6,9%	3,2%	6,1%	7,0%
Lanaudière	9,9%	6,3%	9,2%	5,8%
Chaudière - Appalaches	8,3%	7,8%	8,2%	5,5%
Laval	7,3%	6,6%	7,1%	5,1%
Outaouais	3,3%	2,7%	3,2%	4,7%
Estrie	3,9%	3,4%	3,8%	3,9%
Saguenay - Lac-Saint-Jean	1,0%	n.d.	n.d.	3,2%
Mauricie	2,3%	2,4%	2,3%	3,1%
Centre-du-Québec	3,6%	3,2%	3,5%	2,9%
Bas-Saint-Laurent	1,0%	n.d.	n.d.	2,4%
Abitibi - Témiscamingue	n.d.	0,0%	n.d.	1,8%
Côte-Nord	n.d.	0,0%	n.d.	1,2%
Gaspésie - Îles-de-la-Madeleine	n.d.	0,0%	n.d.	0,9%
Nord-du-Québec	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%

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.

Tableau 3.37 – Répartition des opérateurs de presse à imprimer (CNP 7381) et des opérateurs de machines à imprimer (CNP 9471) (pressiers/opérateurs de presse et de presse numérique) par sous secteur

Secteurs	CNP 7381	CNP 9471
31-33 Fabrication		
3231 - Impression et activités connexes de soutien	70,0%	62,6%
3222 - Fabrication de produits en papier transformé	6,6%	7,3%
3261- Fabrication de produits en plastique	2,6%	
3399 - Autres activités diverses de fabrication		2,4%
51 - Industries de l'information et industrie culturelle		
5111 - Éditeurs de journaux, de périodiques, de livres et de répertoires	6,2%	
56 - Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement		
5614 - Services de soutien aux entreprises		2,4%
5619 - Autres services de soutien		2,4%
61- Service d'enseignement		
6111 - Écoles primaires et secondaires		2,2%
Autres secteurs	14,6%	20,6%

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.

Note : les SCIAN où les pourcentages sont inférieurs à 2 % ne sont pas inclus.

Voici les constats que l'on peut tirer des tableaux 3.36 et 3.37.

- Il y a 8 385 personnes qui exercent le métier d'opérateur de presse à imprimer (pressier/opérateur de presse, CNP 7381) et 2 060 qui exercent le métier d'opérateur de machines à imprimer (pressier/opérateur de presse numérique, CNP 9471), pour un total de 10 445.
- Les opérateurs de presse à imprimer et les opérateurs de machines à imprimer travaillent en forte majorité (respectivement 70 % et 63 %) dans le sous-secteur de l'impression et des activités connexes de soutien. Ils sont également présents dans la fabrication des produits en papier transformé (respectivement 6,6 % et 7,3 %). Les opérateurs de presse à imprimer travaillent aussi dans l'édition de journaux, périodiques, livres et répertoires (6,2 %), tandis que les opérateurs de machines à imprimer se retrouvent également dans les services de soutien aux entreprises (2,4 %), les autres services de soutien (2,4 %) et les écoles primaires et secondaires (2,2 %). En tout, 83 % des opérateurs de presse à imprimer et 72 % des opérateurs de machines à imprimer se retrouvent dans un secteur SCIAN en lien avec les communications graphiques.
- Pour chacun des deux métiers, les taux d'activité (entre 90 % et 94 %) et d'emploi (entre 86 % et 90 %) sont très élevés; le taux de chômage (autour de 5 %) est bas et inférieur à la moyenne québécoise.

- Les opérateurs de presse à imprimer sont très majoritairement des hommes (86 %); chez les opérateurs de machines à imprimer, on compte plus d'un tiers de femmes (36 %).
- La très grande majorité des emplois des deux métiers sont à plein temps (94 % et 92 %).
- Les opérateurs de presse à imprimer sont légèrement plus âgés que la moyenne des travailleurs québécois; on y compte moins de jeunes de 15 à 24 ans (9 %) que la moyenne québécoise (14 %). Les opérateurs de machines à imprimer sont légèrement plus jeunes que la moyenne des travailleurs québécois; on y compte plus de jeunes de 15 à 24 ans (19 %) que la moyenne.
- Les travailleurs des deux métiers sont moins scolarisés que la moyenne des travailleurs québécois. Chez les opérateurs de presse à imprimer, 30 % sont détenteurs d'un DEP, 29 % d'un DES et 22 % n'ont aucun diplôme. Chez les opérateurs de machine à imprimer, 36 % sont détenteurs d'un DES, 29 % n'ont aucun diplôme, 16 % sont détenteurs d'un DEP.
- Au plan de la répartition géographique, par rapport à la moyenne des travailleurs québécois, les opérateurs de presse à imprimer sont nettement surreprésentés en Montérégie, dans Lanaudière et dans Chaudière-Appalaches; Les opérateurs de machines à imprimer sont nettement surreprésentés à Montréal. Les deux métiers sont nettement sous-représentés dans la Capitale-Nationale et presque absents dans les régions ressources.

Évolution prévue de l'effectif

Les données concernant l'évolution prévue du nombre de pressiers et d'opérateurs de presse numérique dans les 350 entreprises sondées, au cours des trois prochaines années, sont présentées au tableau 3.38.

Tableau 3.38 – Évolution prévue du nombre de pressiers et d'opérateurs de presse numérique dans les entreprises sondées, au cours des trois prochaines années

Évolution prévue du nombre, d'ici trois ans	Pressier (n=148)	Opérateur de presse numérique (n=64)
Hausse	25 %	33 %
Stabilité	54 %	58 %
Baisse	18 %	1 %
Ne sait pas	3 %	8 %

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

Autour de la moitié des entreprises interrogées prévoit de la stabilité dans le nombre de pressiers et d'opérateurs de presse numérique. Par contre, une entreprise sur quatre prévoit que le nombre de pressiers augmentera et le tiers des entreprises prévoit une hausse dans les postes d'opérateurs de presse numérique.

Dans les prochaines années, bien que plus d'une entreprise sur deux prévoit que le nombre de postes de pressiers sera stable (54 %), le métier de pressier sera en demande. En effet, les départs à la retraite de ce personnel au sommet de l'échelle de production créent un besoin de recrutement d'autant plus que les deuxièmes pressiers, susceptibles de les remplacer, sont recrutés par des entreprises concurrentes pour occuper des postes de premier pressier. Les entreprises devront donc faire face à des difficultés plus grandes pour combler ces postes laissés vacants par les prises de retraite.

Les deuxièmes pressiers constituent un bassin de recrutement des premiers pressiers, mais ils doivent accumuler de l'expérience essentielle avant d'être promu comme premier pressier.

Formation continue et perfectionnement en entreprise ou à l'extérieur

La plupart des pressiers en poste actuellement ont appris leur métier par entraînement à la tâche ou ont suivi des formations en cours d'emploi, ce qui leur donne une connaissance empirique de leurs instruments de travail. La plupart n'ont pas de connaissances approfondies des principes informatiques et mécaniques à la base des processus ou de l'équipement.

Les entreprises encouragent des formations continues telles l'AEC NWC.0G Impression offset ou l'AEC NWC Techniques d'impression flexographique ou l'AFP en sérigraphie ou un programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT). De nombreuses formations de perfectionnement sont offertes aux opérateurs par le biais notamment de quatre PAMT : *Pressier sur presse offset (4 couleurs et 2 couleurs)*, *Pressier sur presse offset rotative*, *Pressier sur presse flexographique*, *Pressier sur presse sérigraphique*. D'autres formations, essentiellement internes, sont offertes au moment de l'installation d'un nouvel équipement, souvent par le fabricant de l'équipement.

À l'embauche, les entreprises donnent des formations spécifiques, par exemple, sur les encres et l'encrage, et souvent elles installent le nouvel employé en le jumelant avec un pressier d'expérience pendant deux mois et plus. La formation continue en entreprise est également offerte dans le cas de la production de nouveaux produits ou de la mise en œuvre de processus requérant de nouvelles technologies, de nouveaux logiciels ou de nouveaux équipements.

Évolution de la fonction de travail

Le travail du pressier est au cœur de la production et son rôle est d'une importance éminemment stratégique. En effet, la qualité de la production (de l'imprimé) dépend de ses compétences, ses responsabilités sont grandes. Son métier évoluera, il doit être capable de s'adapter aux changements, intégrer de nouvelles connaissances et développer de bonnes habiletés de résolution de problèmes.

Selon les entreprises interrogées, la formation offerte (DEC) prépare à un métier qui ne sera disponible à l'employé que dans dix ans dans le cas des grandes entreprises, ce qui ne motive pas à se former. Cependant, un diplôme est un atout pour l'aide-pressier qui en cheminant pourra ajouter quelques années d'expérience et devenir pressier. Selon les

entreprises, les postes de pressier et d'opérateur de presse numérique continueront à évoluer et les compétences techniques et informatiques nécessaires pour les exercer font partie des nouvelles attentes des employeurs.

3.4.5 Opérateur

Les opérateurs dans le domaine des communications graphiques se distinguent relativement aux étapes de production : préimpression et finition-reliure (incluant les procédés complémentaires).

Définitions

Opérateur de prépresse

Les métiers de typographe, de pelliculeur, de brûleur de plaques et de tireur d'épreuves disparaissent et sont remplacés par trois métiers : infographe en préimpression, technicien en graphisme et concepteur graphique.

Le *typographe*, aussi appelé imposeur ou opérateur d'équipement d'éditique, conçoit et réalise la mise en pages d'un document destiné à être imprimé sur une presse traditionnelle et il en contrôle la qualité. Il travaille avec un ordinateur, une machine de photocomposition ou d'équipement de composition. Il développe un prêt à photographier qui servira pour le brûleur de plaques.

Le *pelliculeur* ou monteur de films ou technicien en pelliculage réalise des tâches d'imposition pour produire des montages afin de préparer des plaques servant à l'impression. Il reçoit les films des clients et les vérifie puis les assemble manuellement afin de produire un montage qu'il transmet au brûleur de plaques avant impression.

Le *brûleur de plaques* ou monteur de plaques ou cliché ou photolithographe est responsable de la préparation des plaques (des écrans en sérigraphie) qui servent à l'impression sur des presses traditionnelles. Il reçoit des films montés ou un fichier informatisé pour ensuite choisir les plaques et les écrans appropriés selon le procédé d'impression utilisé. En lithographie et en flexographie, il brûle le texte ou les motifs à imprimer sur des plaques en les exposant à un insolateur, puis les développe à l'aide de produits chimiques après quoi il les vérifie et les transmet aux pressiers pour impression. En sérigraphie, le brûleur de plaques transpose les motifs sur des écrans de soie à l'aide d'émulsions photosensibles, les fait sécher, les transmet aux pressiers pour impression et les récupère pour les réutiliser.

Le *tireur d'épreuves* tire et développe des films ainsi que des épreuves (bleus) qui sont envoyés au graphiste ou au client pour vérification. Il choisit l'appareil adéquat pour produire une épreuve unique qui sert à vérifier s'il y a des erreurs.

Opérateur d'équipement de finition-reliure

L'opérateur de finition-reliure exécute des travaux de finition nécessaires à la production de documents imprimés. Il doit assembler, coller, découper, plier, perforer, brocher ou relier des documents de façon manuelle ou à l'aide d'une ou de plusieurs machines, appareils ou unités de travail informatisées. Il vérifie aussi la qualité des produits. Voici une courte description des différentes fonctions d'opérateurs de finition-reliure.

L'*opérateur de plieuse* doit préparer la machine et faire des ajustements pour réaliser le mandat de pliage tel que défini dans le dossier de production. Il procède ensuite au pliage des feuilles à l'aide de la plieuse et il assure l'entretien de l'équipement de travail. La plieuse est un appareil pour plier et découper en pages une feuille imprimée qui peut contenir 8, 16 et jusqu'à 32 pages qui trouveront leur forme et leur ordre à la suite de l'opération de pliage. Les plis peuvent être croisés, symétriques, parallèles, accordéons, roulés portefeuilles, décalés, etc.

L'*opérateur de machine à thermoreliure* prépare, fait fonctionner et entretient la machine à thermoreliure constituée d'une assembleuse, d'une encolleuse et d'un massicot latéral. Cette technique de reliure, la plus répandue, consiste à relier les feuilles d'un document imprimé à l'aide d'une colle thermofusible résistante et souple. Pour chaque production, l'opérateur fait les réglages nécessaires en fonction du dossier de production et veille à ce que le matériel relié soit bien en place : la couverture, les différentes sections et les encarts. Il contrôle la température de la colle ainsi que la vitesse et la pression de la machine et il fait l'entretien de l'équipement.

L'*opérateur d'encarteuse-piqueuse* règle l'encarteuse-piqueuse en fonction du format du document à relier, la fait fonctionner, surveille sa vitesse et s'assure que le brochage soit correct du début à la fin de l'opération. Cette machine permet de brocher des documents dont l'épaisseur est appropriée. Elle permet de brocher ou d'agrafer des cahiers en série à l'aide d'un mécanisme constitué d'une chaîne d'entraînement à courroies, de têtes piqueuses et de blocs rabatteurs. Elle permet d'insérer des encarts entre les pages et d'effectuer certaines coupes ou certains pliages au besoin. L'opérateur d'encarteuse-piqueuse doit libérer la machine des paquets de cahiers brochés à la sortie et l'entretenir après chaque travail.

L'*opérateur de massicot* doit régler le massicot ou guillotine en fonction des produits à découper. Le massicot est l'élément de reliure de base essentiel à la préparation du papier blanc avant l'impression. Il permet d'assurer le bon équerrage et d'éviter divers inconvénients au département de presse. Il est utilisé après impression également lorsque le papier doit être coupé avant de passer aux autres opérations de finition et de reliure. L'opérateur de massicot doit s'assurer que les lames sont bien affûtées, ajuster la pression exercée sur les lames selon la nature (papier ou carton) et les caractéristiques des matériaux à couper (épaisseur, texture, format, etc.). En cours d'opération, il doit contrôler le débit du massicot ainsi que la qualité de la coupe et vérifier que les équipements périphériques fonctionnent correctement. Il doit assurer l'entretien préventif et régulier du massicot.

L'*opérateur de lamineuse* applique une pellicule (film de polyester) sur les produits imprimés afin de leur donner un fini laminé.

L'opérateur de plieuse-colleuse est affecté à une plieuse-colleuse et assisté en général de deux aides. Les cartons destinés à devenir des boîtes après avoir été imprimés et découpés doivent passer par le procédé de pliage-collage afin de prendre leur forme finale. La plieuse automatique est la pièce d'équipement principal utilisée par l'opérateur. Il fait les réglages, fait fonctionner la machine et s'assure de son entretien.

L'opérateur sur presse de procédés complémentaires est un spécialiste de procédés de finition supplémentaires ajoutés au produit imprimé fini. L'opérateur doit préparer et régler selon les particularités des produits à enjoliver la presse sur laquelle il réalisera les travaux de finition. Il met la presse en marche et veille à la qualité du produit : le résultat doit être constant du début à la fin, qu'il s'agisse d'un procédé d'estampage, de gaufrage, d'embossage, ou de découpage (emporte-pièce).

Appellations courantes

Appellations d'emploi selon les entreprises interrogées :

Opérateur de prépresse

- Opérateur de prépresse
- Typographe
- Pelliculeur
- Brûleur de plaques
- Tireur d'épreuves
- Opérateur de CTP

Opérateur d'équipement de finition-reliure

- Opérateur d'équipement de finition-reliure
- Opérateur de plieuse
- Opérateur ou conducteur de machine à thermoreliure
- Opérateur ou conducteur d'encarteuse-piqueuse
- Opérateur de massicot
- Opérateur de lamineuse
- Opérateur ou conducteur de plieuse-colleuse
- Opérateur sur presse de procédés complémentaires

Types d'entreprises

Les opérateurs de prépresse travaillent dans des entreprises spécialisées en composition, imprimeries de journaux, de revues, de périodiques et de livres (typographe), pour des imprimeries ayant un service de prépresse ou des entreprises spécialisées en prépresse (pelliculeur, brûleur de plaques et tireur d'épreuves). Ces métiers sont en disparition et les entreprises ne recrutent plus.

Les opérateurs de finition-reliure travaillent pour les imprimeries commerciales comportant une division finition-reliure, pour des ateliers spécialisés en finition-reliure, pour des journaux, revues et d'autres établissements publics et privés qui possèdent leurs propres imprimerie et dans des entreprises d'édition de livre. Ces métiers sont en demande là où les entreprises maintiennent des activités de finition ou de procédés complémentaires.

On retrouve au tableau 3.39 les données sur la proportion des 350 entreprises sondées qui ont à leur emploi au moins un opérateur de prépresse ou de finition-reliure ou de procédés complémentaires.

Tableau 3.39– Proportion des 350 entreprises sondées qui ont à leur emploi au moins un opérateur de prépresse, de finition-reliure et de procédés complémentaires

Sous-secteur SCIAN	Opérateur de prépresse	Opérateur de finition-reliure	Opérateur de procédés complémentaires
3222 Fabrication de produits en papier transformé	30 %	10 %	25 %
3231 Impression et activités connexes de soutien	30 %	51 %	15 %
5111 Éditeurs	7 %	0 %	2 %
54143 Services de design graphique	3 %	4 %	0 %
56143 Centres de services aux entreprises	3 %	44 %	6 %
Ensemble des répondants	19 %	31 %	10 %

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

Les entreprises sondées ont peu d'opérateurs de prépresse. Dans l'ensemble de ces entreprises, seulement une sur cinq a de tels opérateurs qui n'exercent pas nécessairement les métiers sous la forme traditionnelle. Ce sont surtout les entreprises des SCIAN de la fabrication (3222 et 3231) qui emploient des opérateurs de prépresse.

Près du tiers des entreprises sondées ont à leur emploi des opérateurs de finition-reliure, soit 51 % des entreprises sondées de l'impression et des activités de soutien connexes (SCIAN 3231) et 44 % des entreprises de type centres de services aux entreprises (SCIAN 56143). Une minorité (10 %) des entreprises sondées emploie des opérateurs de procédés complémentaires, surtout celles de la fabrication des produits en papier transformé (SCIAN 3222) dont une sur quatre dit qu'elle emploie ce type d'opérateur.

Cheminement au sein de l'entreprise

Les opérateurs de prépresse traditionnels ont vu leurs métiers se transformer et certains se sont recyclés dans des emplois d'infographes au cours des années. Ils sont d'ailleurs remplacés graduellement surtout par les infographes diplômés.

L'opérateur d'équipement de finition-reliure commence généralement comme aide puis, après avoir acquis de l'expérience, il devient opérateur d'équipement qu'il apprend à opérer,

parfois avec des aides sous sa responsabilité. Il arrive aussi que l'opérateur de finition passe d'un type d'équipement à un autre et finisse ainsi par pouvoir faire fonctionner toutes les machines que possède l'entreprise. Après une dizaine d'années comme opérateur, il peut accéder à la fonction de contremaître à la finition ou de responsable de l'ordonnancement ou occuper un poste de gestion s'il acquiert la formation nécessaire.

Les entreprises interrogées dans les groupes de discussion ont mentionné qu'il n'est pas toujours facile de combler des postes vacants en finitio-reliure, même si les exigences académiques à l'embauche sont faibles (aides généraux), notamment parce que les salaires sont bas.

L'opérateur de procédés complémentaires commence comme aide et il apprend les divers procédés, soit en compagnonnage ou à l'aide d'une formation en entreprise ou à l'aide de PAMT.

Exigences à l'embauche

Selon la documentation consultée, la formation exigée pour l'embauche d'un opérateur en finition-reliure est :

- DEP 5240 Réprographie et façonnage
- Programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT)
- Attestation de formation en imprimerie (reliure/finition/numérique-Imprimerie Emploi).
- Programme de pressier en procédés complémentaires de l'Institut des communications graphiques du Québec (ICGQ).

Les entreprises interrogées exigent comme formation ou expérience :

- Un diplôme d'études secondaires qu'elles considèrent souhaitable, mais, dans les faits, plusieurs d'entre elles n'exigent pas nécessairement de diplôme.
- La plupart des entreprises interrogées exigent de deux à cinq années d'expérience pour l'embauche d'un opérateur en finition-reliure (machines de plus en plus complexes).

Le tableau 3.40 présente les données relatives aux exigences des 350 entreprises sondées pour l'embauche d'un opérateur de prépresse, de finition-reliure et de procédés complémentaires.

Tableau 3.40 – Formation scolaire exigée à l'embauche d'un opérateur de prépresse, de finition-reliure et de procédés complémentaires dans les entreprises sondées

Diplôme exigé	Opérateur de prépresse (n=65)	Opérateur de finition- reliure (n=110)	Opérateur de procédés complémentaires (n=34)
Aucun diplôme requis	15 %	45 %	29 %
Diplôme d'études secondaires général	23 %	39 %	44 %
Diplôme d'études professionnelles	20 %	10 %	15 %
Diplôme d'études collégiales	32 %	5 %	9 %
Diplôme universitaire	0 %	0 %	0 %
Ne sait pas	9 %	0 %	3 %
Si l'exigence est un DEP ou un DEC, domaine de spécialisation demandé			
Procédés d'imprimerie/impression/ presse	30 %	41 %	13 %
Graphisme / infographie	41 %	6 %	26 %
Finition / reliure		47 %	51 %

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

En prépresse, 52 % des entreprises sondées demandent un diplôme d'études professionnelles ou collégiales et, parmi celles-ci, 71 % d'entre elles demandent un diplôme relié au domaine soit en procédés d'impression/presse (30 %) ou en graphisme/graphisme (41 %).

Dans le cas des procédés de finition, une formation professionnelle et technique n'est à peu près pas exigée. En effet, moins d'une entreprise sur cinq demande une formation de ce type. Quand une entreprise demande de la formation, c'est en Procédés d'impression/presse (41 %) ou en finition/reliure (47 %).

Seulement une entreprise sur quatre demande une formation à un opérateur de procédés complémentaires. La formation demandée par ces entreprises est surtout en graphisme (26 %) et surtout en finition-reliure (51 %).

Les entreprises interrogées ont dit que les postes d'opérateur sont surtout comblés par cheminement interne des aides généraux. Sauf pour les opérateurs de prépresse, qui sont en disparition et dont les postes ont muté déjà vers l'infographie, entre autres, les entreprises n'exigent pas de formation pour les autres opérateurs qui apprennent leur métier en entreprise ou parfois en suivant un programme PAMT.

Les données concernant l'expérience demandée par les 350 entreprises sondées lors de l'embauche d'un opérateur de prépresse, de finition-reliure et de procédés complémentaires sont présentées au tableau 3.41.

Tableau 3.41 – Expérience demandée à l'embauche d'un opérateur de prépresse, de finition-reliure et de procédés complémentaires dans les entreprises sondées

Années d'expériences demandées	Opérateur de prépresse (n=65)	Opérateur de finition- reliure (n=110)	Opérateur de procédés complémentaires (n=34)
Aucune	23 %	42 %	32 %
1 ou 2 ans	28 %	31 %	26 %
3 ans ou plus	45 %	27 %	38 %
Ne sait pas	5 %	0 %	3 %

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

Les entreprises sondées demandent que les opérateurs aient de l'expérience : 73 % dans le cas des opérateurs de prépresse, 58 % dans le cas de la finition-reliure et 64 % dans le cas des procédés complémentaires.

Ceci est corroboré par les groupes de discussion d'employeurs qui rappellent que la plupart des employés débutent comme aides et acquièrent ainsi de l'expérience pour des postes d'opérateurs.

Les autres compétences et aptitudes recherchées sont :

- Connaissance des procédés d'impression
- Habileté mécanique
- Bonne condition physique
- Travail d'équipe
- Dextérité manuelle et minutie
- Entretien préventif
- Ouverture à la formation continue

Formation réellement détenue

Sur le plan de la scolarité, la formation détenue par les opérateurs d'équipement de finition-reliure varie de aucun diplôme à un diplôme d'études secondaires. Quelques entreprises interrogées embauchent des finissants détenant une attestation de Imprimerie-Emploi. Plusieurs entreprises mentionnent que les travailleurs les plus âgés s'adaptent plus difficilement à du nouvel équipement numérisé ou automatisé.

Difficultés de recrutement

En raison des critères de sélection peu exigeants, on pourrait croire qu'il est assez facile de recruter des opérateurs de finition-reliure. Selon certaines entreprises interrogées, le recrutement des opérateurs de finition-reliure est plutôt difficile. Plusieurs raisons expliquent les difficultés de recrutement :

- La pénurie de travailleurs, insuffisance de candidats qualifiés sur le marché;

- Le peu de diplômés des institutions d'enseignement;
- La transformation des métiers vers des tâches plus complexes;
- Les salaires peu élevés.

La relative difficulté de recrutement est confirmée par l'enquête auprès de 350 entreprises dont les résultats sont présentés au tableau 3.42.

Tableau 3.42 – Difficulté de recrutement d'opérateur de prépresse, de finition-reliure et de procédés complémentaires dans les entreprises sondées

Niveau de difficulté de recrutement	Opérateur de prépresse (n=65)	Opérateur de finition-reliure (n=110)	Opérateur de procédés complémentaires (n=34)
Très facile	8 %	11 %	3 %
Plutôt facile	26 %	38 %	32 %
Plutôt difficile	38 %	34 %	32 %
Très difficile	17 %	15 %	26 %
Ne sait pas	11 %	2 %	6 %

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

Au moins la moitié des entreprises trouvent qu'il est difficile de recruter les opérateurs de prépresse, de finition-reliure et de procédés complémentaires. Dans le cas des opérateurs de finition (finition-reliure et procédés complémentaires) autour d'une entreprise sur trois trouvent que le recrutement est facile.

Pour leur part, si on fait exception les opérateurs de prépresse qui sont de plus en plus des infographes, les entreprises interrogées dans des groupes de discussion précisent qu'il est relativement facile de former un employé à l'interne à opérer un équipement de finition-reliure ou de procédés complémentaires. Selon ces entreprises, ce n'est pas tant que les opérateurs sont difficiles à recruter, mais plutôt que le bassin des éventuels opérateurs, soit les aides généraux, sont difficile à recruter.

Statistiques sociodémographiques et répartition par sous-secteur SCIAN

Dans ce qui suit, on présente deux tableaux de statistiques variées relatives aux métiers de photograpeurs-clicheurs, photograpeurs-reporters (opérateurs de prépresse, dont pelliculeurs et brûleurs de plaques) et opérateurs de machines à relier et de finition.

Le tableau 3.43 est consacré à des données sociodémographiques sur le marché du travail, le sexe, l'âge et la répartition des emplois dans les régions du Québec. Dans le tableau 3.44, on présente, par sous-secteur SCIAN, la répartition des photograpeurs-clicheurs, photograpeurs-reporters (opérateurs de prépresse, dont pelliculeurs et brûleurs de plaques) et opérateurs de machines à relier et de finition.

Tableau 3.43 – Statistiques sociodémographiques : photograpeurs-clicheurs, photograpeurs-reporters (opérateurs de préresse, dont pelliculeurs et brûleurs de plaques) (CNP 9472) et opérateurs de machines à relier et de finition (CNP 9473)

	CNP 9472	CNP 9473	Ensemble des professions
Population active totale	875	3 165	4 015 200
Personnes occupées	835	2 865	3 735 505
Marché du travail			
- Taux d'activité	93,1%	87,6%	64,9%
- Taux d'emploi	88,8%	79,3%	60,4%
- Taux de chômage	5,1%	9,5%	7,0%
Sexe (personnes en emploi)			
- femmes	32%	50%	47%
- hommes	68%	50%	53%
Statut d'emploi			
- plein temps	92%	87%	81%
- temps partiel	8%	13%	19%
Âge (personnes en emploi)			
- 15-24 ans	6%	11%	14%
- 25-44 ans	51%	42%	45%
- 45-64 ans	41%	46%	39%
Scolarité selon le plus haut grade, certificat ou diplôme atteint			
- Aucun grade, certificat ou diplôme	19%	32%	14%
- Diplôme d'études secondaires (DES)	28%	34%	22%
- Diplôme d'études professionnelles	25%	19%	18%
- Diplôme d'un cégep, d'un collège	14%	10%	20%
- Certificat ou diplôme universitaire	11%	2%	26%
Répartition des emplois selon la région			
Montréal	31,7%	18,2%	23,9%
Montréal	22,2%	20,8%	18,9%
Capitale-Nationale	n.d.	11,3%	9,2%
Laurentides	n.d.	5,9%	7,0%
Lanaudière	6,6%	8,4%	5,8%
Chaudière - Appalaches	n.d.	12,0%	5,5%
Laval	n.d.	5,9%	5,1%
Outaouais	n.d.	2,4%	4,7%
Estrie	6,6%	6,1%	3,9%
Saguenay - Lac-Saint-Jean	n.d.	n.d.	3,2%
Mauricie	n.d.	3,0%	3,1%
Centre-du-Québec	n.d.	2,1%	2,9%
Bas-Saint-Laurent	n.d.	n.d.	2,4%
Abitibi - Témiscamingue	n.d.	n.d.	1,8%
Côte-Nord	0,0%	n.d.	1,2%
Gaspésie - Îles-de-la-Madeleine	n.d.	0,0%	0,9%
Nord-du-Québec	0,0%	0,0%	0,4%

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.

Tableau 3.44 – Répartition des photograpeurs-clicheurs, photograpeurs-reporteurs (opérateurs de prépresse, dont pelliculeurs et brûleurs de plaques) (CNP 9472) et des opérateurs de machines à relier et de finition (CNP 9473) par sous-secteur SCIAN

Secteurs	CNP 9472	CNP 9473
31-33 Fabrication		
3231 - Impression et activités connexes de soutien	69,5%	86,9%
3222 - Fabrication de produits en papier transformé		2,3%
3261 - Fabrication de produits en plastique	3,0%	
51 - Industries de l'information et industrie culturelle		
5111 - Éditeurs de journaux, de périodiques, de livres et de répertoires	4,8%	1,6%
56 - Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement		
5614 - Services de soutien aux entreprises		1,2%
5619 - Autres services de soutien		1,4%
Autres secteurs	22,7%	6,6%

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.

Note : les SCIAN où les pourcentages sont inférieurs à 1 % ne sont pas inclus.

Voici les constats qui se dégagent des tableaux 3.43 et 3.44.

- 835 personnes exercent le métier de photograpeur-clicheur, photograpeur-reporteur (opérateur de prépresse, dont pelliculeur et brûleur de plaques, CNP 9472) et 2 865 personnes exercent le métier d'opérateur de machines à relier et de finition (opérateur d'équipement de finition-reliure, CNP 9473).
- Les photograpeurs-clicheurs, photograpeurs-reporteurs (opérateurs de prépresse) et les opérateurs de machines à relier et de finition travaillent en forte majorité (respectivement 70 % et 87 %) dans le sous-secteur de l'impression et des activités connexes de soutien. Les premiers sont également présents dans les sous-secteurs de l'édition de journaux, périodiques, livres et répertoires (4,8 %) et de la fabrication des produits en plastique (3 %). Les seconds sont également présents dans les sous-secteurs de la fabrication des produits en papier transformé (2,3 %), de l'édition de journaux, périodiques, livres et répertoires (1,6 %) et des autres services de soutien (1,4 %). En tout, 74 % des photograpeurs-clicheurs, photograpeurs-reporteurs et 92 % des opérateurs de machines à relier et de finition se retrouvent dans un sous-secteur SCIAN en lien avec les communications graphiques.
- Chez les photograpeurs-clicheurs, photograpeurs-reporteurs (opérateurs de prépresse), les taux d'activité (93 %) et d'emploi (89 %) sont très élevés et le taux de chômage (5 %) est de deux points de moins que la moyenne québécoise. Chez les opérateurs de machines à relier et de finition, les taux d'activité (88 %) et d'emploi (79 %) sont moindres et le taux de chômage est plus élevé (9,5 %).

- Chez les photgraveurs-clicheurs, photgraveurs-reporteurs (opérateurs de prépresse), on retrouve une majorité de deux tiers d'hommes (68 %). Les opérateurs de machines à relier et de finition comprennent une proportion égale de femmes et d'hommes.
- La grande majorité des emplois des deux métiers sont à plein temps (92 % et 87 %).
- Les deux métiers comprennent une main-d'œuvre plus âgée que la moyenne québécoise. Il y a moins de jeunes de 15 à 24 ans : 6 % des photgraveurs-clicheurs, photgraveurs-reporteurs et 11 % des opérateurs de machines à relier et de finition (moyenne de 14 % au Québec) et plus de 45 à 64 ans, avec respectivement 41 % et 46 % (moyenne de 39 % au Québec).
- Les deux métiers, mais surtout les opérateurs de machines à relier et de finition, sont moins scolarisés que la moyenne québécoise. Les photgraveurs-clicheurs, photgraveurs-reporteurs sont surtout détenteurs d'un DES (28 %) ou d'un DEP (25 %), tandis que les opérateurs de machines à relier et de finition sont surtout détenteurs d'un DES (34 %) ou n'ont aucun diplôme (32 %).
- En matière de répartition géographique, les photgraveurs-clicheurs, photgraveurs-reporteurs sont surreprésentés à Montréal, en Montérégie et en Estrie et sous-représentés presque partout ailleurs. Les opérateurs de machines à relier et de finition sont surreprésentés dans Chaudière-Appalaches, Lanaudière, en Estrie, en Montérégie et dans la Capitale-Nationale et sous-représentés à Montréal. Les deux métiers sont presque absents des régions ressources.

Évolution prévue de l'effectif

Au cours des années, les employés de prépresse ont quitté pour la retraite, ont été mis à pied ou recyclés dans des tâches d'infographie, de prépresse générale, d'imposition, de vérification d'épreuves numériques ou de service à la clientèle. On ne recrute plus d'employés dans ces métiers, ce qu'ont confirmé les groupes de discussion, tant d'employeurs que d'employés syndiqués.

Le roulement des opérateurs de finition-reliure est élevé dû aux salaires qui sont bas et à la compétition avec d'autres secteurs, mais les entreprises interrogées prévoient une stabilité dans l'effectif. Dans les prochaines années, ce métier sera en demande. Les entreprises interrogées disent que l'arrivée d'un nouvel équipement numérisé et automatisé entraîne généralement une diminution des emplois en finition-reliure.

On présente au tableau 3.45 les données sur l'évolution prévue du nombre d'opérateurs de prépresse, de finition-reliure et de procédés complémentaires dans les 350 entreprises sondées, au cours des trois prochaines années.

Tableau 3.45 – Évolution prévue du nombre d'opérateurs de prépresse, de finition-reliure et de procédés complémentaires dans les entreprises sondées, au cours des trois prochaines années

Évolution prévue du nombre, d'ici trois ans	Opérateur de prépresse (n=65)	Opérateur de finition-reliure (n=110)	Opérateur de procédés complémentaires (n=34)
Hausse	9 %	20 %	18 %
Stabilité	69 %	70 %	71 %
Baisse	20 %	9 %	3 %
Ne sait pas	2 %	1 %	9 %

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

70 % des entreprises sondées disent que les postes d'opérateurs seront stables dans les prochaines années. Pour 20 % des entreprises, les postes de prépresse diminueront. Pour 20 % d'entre elles, les postes pour les autres opérateurs augmenteront. Ces résultats sont corroborés par les entreprises interrogées qui prévoient la diminution et la disparition des métiers de prépresse et le maintien des autres métiers d'opérateurs.

Il faut mentionner que plusieurs entreprises ont de moins en moins d'opérateurs de prépresse dans le sens traditionnel. Il se peut que les entreprises sondées aient associé les opérateurs de prépresse (maintenant disparus dans plusieurs entreprises) à d'autres métiers de prépresse, entre autres aux infographes.

Formation continue et perfectionnement en entreprise ou à l'extérieur

La main-d'œuvre en finition-reliure est en général peu qualifiée à l'embauche et les entreprises forment les employés à la tâche selon leurs procédés et selon leur équipement. La main-d'œuvre est instable. Les entreprises qui ont acquis des machines automatisées avec des commandes numériques éprouvent des difficultés d'embauche, car les compétences nécessaires augmentent.

De nombreuses formations de perfectionnement sont offertes aux opérateurs de finition-reliure par le biais notamment de deux PAMT : *Opérateur d'équipement de finition-reliure (massicot, plieuse, thermorelieuse, encarteuse/piqueuse* et *Opérateur d'équipement de procédés complémentaires (presses à découper à l'emporte pièce, à gaufrir, à estamper, plieuse/colleuse automatique, lamineuse).*

D'autres formations, essentiellement internes, sont offertes au moment de l'installation de d'un nouvel équipement, souvent par les fabricants de l'équipement.

Les entreprises ne donnent pas nécessairement toutes des formations, car souvent elles considèrent que les employés peuvent être formés sur le terrain en entrant comme aide général, soit en apprenant sur le tas ou par jumelage avec un employé expérimenté pendant quelques semaines.

Évolution de la fonction de travail

Selon les entreprises interrogées, le poste d'opérateur connaîtra quelques changements et les employeurs auront de nouvelles attentes à leur égard.

- Les travailleurs devront s'adapter à la présence grandissante de la technologie et de l'automatisation dans leur travail.
- La programmation des machines est une tâche qui pourrait de plus en plus leur revenir, d'où l'importance qu'ils connaissent bien certains logiciels.
- Les habiletés en mécanique et en électrotechnique peuvent être recherchées, mais les premières sont souvent moins maîtrisées par les plus jeunes employés.

La structure des emplois en finition-reliure se transforme non seulement à cause de l'informatisation de l'équipement (augmentation de la vitesse de production), mais également du fait de l'intégration de certaines étapes de finition dans les presses (par exemple le découpage et pliage) à la fin du processus d'impression. Les opérateurs de finition-reliure, capables d'opérer l'équipement automatisé, ont une importance stratégique pour l'entreprise, car le produit déjà imprimé a un coût élevé et les manipulations de finition qui s'ajoutent doivent en préserver l'intégrité et la qualité. Les tâches physiques diminuent au profit d'une plus grande technicité, notamment l'aisance avec les outils informatiques. Les opérateurs actuels, faiblement scolarisés, ne répondent pas aux besoins des entreprises qui sont en demande pour ce métier en évolution sur le plan des compétences.

Dans le cas des opérateurs à procédés complémentaires, comme les procédés se complexifient, les opérateurs participent de moins en moins à la fabrication ou à la correction des emporte-pièces, des matrices femelles et des contreparties. Des employés spécialisés ou des ateliers de sous-traitance, qui sont en plein essor, ont pris la relève. L'environnement technique du métier s'informatise et les tâches font moins appel aux compétences mécaniques. Cependant, la relève qui n'est formée que sur un équipement informatisé semble avoir besoin des employés qui maîtrisent les procédés traditionnels pour diagnostiquer et résoudre les problèmes de production.

Enfin, les entreprises qui acquièrent un nouvel équipement de finition-reliure ou de procédés complémentaires informatisé et automatisé sont en grande demande d'opérateurs compétents qui ont un haut niveau d'attention et une capacité de réagir vite lorsque se présente un problème de tirage, car ce genre d'équipement est très performant et roule à grande vitesse.

3.4.6 Aide-pressier, assistant ou manœuvre

Définitions

Aide-pressier

Il y a trois types d'aides à l'impression qu'on désigne par aide-pressier. Il s'agit du bobinier, de l'empileur et du margeur.

Le *bobinier* est responsable d'alimenter en papier la presse offset rotative, de préparer les matières premières et les produits consommables et d'assister le premier pressier pour d'autres tâches.

L'*empileur* est responsable de l'installation des équipements périphériques d'une presse : machine à empiler, appareil à sceller les boîtes, balance électronique, chariot télescope, etc. On retrouve cet aide-pressier seulement dans des imprimeries à presses rotatives offset. Il assiste le pressier dans la préparation de la presse. Il est responsable de libérer les imprimés de la presse et de les empiler sur les palettes. Il procède également à l'entretien de la presse lorsque l'impression est terminée.

Le *margeur* effectue les réglages des presses à feuilles, il est responsable de préparer des matières premières, les produits consommables et d'assister le pressier dans d'autres tâches. On retrouve cet aide-pressier seulement dans des imprimeries à presses à feuilles. Il est responsable de charger le papier dans le margeur de la presse et d'ajuster les tables de marge et de registre. En cours d'impression, il vérifie la hauteur de la table, la distance entre la feuille et le bloc de registre du guide latéral et signale toute anomalie au pressier. Après l'impression, il nettoie la presse.

Assistant ou manœuvre

En plus des employés directement reliés aux différentes étapes de préproduction et de production, les entreprises des communications graphiques font appel à des assistants et du personnel de manutention.

Le *manœuvre* déplace à la main ou à l'aide d'une chargeuse des marchandises ou du matériel dans l'usine ou l'entrepôt. Il remplit des fonctions liées aux manutentions telles que l'emballage et le déballage de divers produits et matériaux. Lorsque nécessaire, il fait appel à un opérateur de chariots élévateurs qui charge les marchandises, les déplace de l'usine à l'entrepôt ou au camion de livraison où il les décharge.

Le personnel *assistant* se retrouve à l'une ou l'autre des étapes de l'impression ou de la finition-reliure pour assister ou aider un employé ou un opérateur à une étape de la production.

Appellations courantes

Appellations d'emploi selon les entreprises interrogées :

Aide-pressier

- Aide-pressier
- Bobinier
- Empileur
- Margeur
- Troisième pressier

Assistant/manœuvre

- Assistant
- Aide général
- Manœuvre

Types d'entreprises

L'aide-pressier travaille dans les entreprises d'imprimerie : le bobinier et l'empileur dans des imprimeries à presses rotatives offset et le margeur dans celles qui utilisent des presses offset à feuilles. L'assistant et le manœuvre se retrouvent surtout dans les entreprises de fabrication.

On retrouve au tableau 3.46 les données sur la proportion des 350 entreprises sondées qui ont à leur emploi au moins un aide-pressier, un assistant ou un manœuvre.

Tableau 3.46 – Proportion des 350 entreprises sondées qui ont à leur emploi au moins un aide-pressier, un assistant ou un manœuvre

Secteur SCIAN	Aide-pressier, assistant ou manœuvre
3222 Fabrication de produits en papier transformé	75 %
3231 Impression et activités connexes de soutien	33 %
5111 Éditeurs	7 %
54143 Services de design graphique	7 %
56143 Centres de services aux entreprises	19 %
Ensemble des répondants	25 %

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

Dans les questionnaires aux entreprises, tous les aides ont été regroupés : aide général, aide-pressier, assistant et manœuvre. Ce sont les entreprises dans la fabrication de produits en papier transformé qui emploient massivement cette catégorie d'employés (75 %). Le tiers des entreprises sondées dans l'impression et les activités connexes de soutien font appel également à ces employés et un centre de services sur cinq le fait également.

Rappelons que, dans les entreprises l'aide et l'assistant sont des postes d'entrée qui conduisent par cheminement interne à d'autres postes de la production.

Cheminement au sein de l'entreprise

La fonction d'aide-pressier est un passage obligé pour apprendre le métier de pressier, sauf dans les entreprises spécialisées en formules d'affaires qui demandent un diplôme technique collégial en communications graphiques, soit le DEC 581.B0 qui permet de commencer comme pressier. En général, celui qui commence comme aide-pressier exerce au fil des ans les différents métiers d'empileur, de bobinier, de margeur, de deuxième et premier pressier et se voit confier de plus en plus de responsabilités jusqu'à ce qu'il soit éventuellement

nommé chef pressier ou contremaître aux presses. L'accès au poste de pressier est plus rapide dans les petites entreprises et dans les entreprises non syndiquées.

L'assistant ou le manoeuvre peut cheminer dans un département ou l'autre d'une imprimerie (impression ou finition-reliure) et accomplir des tâches physiques variées. Il peut éventuellement occuper des postes d'aide-pressier ou d'opérateur de finition-reliure.

Exigences à l'embauche

Aide-pressier

Selon la documentation consultée, la formation exigée pour l'embauche d'un aide-pressier en imprimerie est :

- Un programme secondaire DEP 5246 Imprimerie.
- S'ajoutent également le programme secondaire DEP 5221 et les attestations d'études collégiales suivantes s'ajoutent : AEC NWC.0G Impression offset et des PAMT.
- Un diplôme d'enseignement collégial, soit un DEC 581.B0 Techniques de l'impression.

Les entreprises interrogées exigent comme formation ou expérience d'un aide-pressier :

- Au moins un DEP.
- Plusieurs années d'expérience (au moins trois ans) dans le département de l'impression (en général un minimum de trois ans).

Les autres compétences et aptitudes recherchées pour l'aide-pressier sont :

- Logique mécanique
- Connaissances des procédés et des
- Dextérité manuelle
- Bon esprit d'équipe
- Entretien préventif
- Capacité physique
- Résistance au stress

Assistant ou manoeuvre

Aucune formation particulière n'est exigée pour l'assistant ou le manoeuvre. Mais les entreprises encouragent l'embauche d'employés avec un diplôme du secondaire. Les autres compétences et aptitudes recherchées pour le manoeuvre et l'assistant sont :

- Bon esprit d'équipe
- Sens de l'observation
- Capacité physique
- Bonne concentration

Le tableau 3.47 présente les données relatives aux exigences des 350 entreprises sondées pour l'embauche d'un aide-pressier, d'un assistant ou d'un manoeuvre.

Tableau 3.47 – Formation scolaire exigée à l’embauche d’un aide-pressier, d’un assistant ou d’un manoeuvre dans les entreprises sondées

Diplôme exigé	Aide-pressier, assistant ou manoeuvre (n=88)
Aucun diplôme requis	39 %
Diplôme d’études secondaires général	52 %
Diplôme d’études professionnelles	5 %
Diplôme d’études collégiales	2 %
Diplôme universitaire	0 %
Ne sait pas	2 %

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

Une minime proportion des entreprises sondées demande un employé diplômé d’une formation professionnelle ou collégiale pour occuper un poste d’aide ou de manoeuvre. De fait, neuf entreprises sur dix n’ont aucune exigence particulière de formation : 40 % ne demandent aucun diplôme et une moitié demande un secondaire V.

Ceci est partiellement corroboré par tous les groupes de discussion, employeurs et employés. Et même le secondaire 5 semblait peu exigé selon les participants de ces groupes, sauf peut-être pour l’aide-pressier.

Les données concernant l’expérience demandée par les 350 entreprises sondées lors de l’embauche d’un aide-pressier, d’un assistant ou d’un manoeuvre sont présentées au tableau 3.48.

Tableau 3.48 – Expérience demandée à l’embauche d’un aide-pressier, d’un assistant ou d’un manoeuvre dans les entreprises sondées

Années d’expériences demandées	Aide-pressier, assistant ou manoeuvre (n=88)
Aucune	66 %
1 ou 2 ans	25 %
3 ans ou plus	7 %
Ne sait pas	2 %

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

De façon majoritaire (66 %), les entreprises sondées ne demandent pas d’expérience pour un poste d’aide ou de manoeuvre. Par contre, une entreprise sur quatre demande une ou deux années d’expérience. Les entreprises des groupes de discussion disent embaucher généralement des aides ou des manoeuvres sans expérience ou en détenant peu.

Formation réellement détenue

Aide-pressier

En matière de scolarité, l'aide-pressier n'a pas de diplôme en général. Selon les employeurs interrogés dans les groupes de discussion, certains favorisent le DEP en Imprimerie pour un candidat qui se présente, car ce dernier pourrait devenir pressier par cheminement interne.

Assistant ou manœuvre

Dans le cas des assistants, aides généraux et manœuvres, la formation réellement détenue est conforme aux exigences : aucun diplôme n'est vraiment nécessaire.

Difficultés de recrutement

Aide-pressier

Selon les entreprises interrogées, le recrutement d'un aide-pressier est relativement difficile selon la taille de l'entreprise. Plusieurs raisons sont données en ce sens :

- pénurie de travailleurs, départs à la retraite,
- peu de diplômés du DEP;
- perspective de carrière limitée pour le diplômé du DEC;
- concurrence des entreprises du secteur.

En raison des critères de sélection qui sont peu exigeants, soit aucun diplôme et aucune expérience, selon les entreprises interrogées, il est assez facile de recruter des assistants et des manœuvres.

Au cours des groupes de discussion et des entrevues individuelles en profondeur, tous ont mentionné l'aide et l'assistant comme postes d'entrée et ont confirmé qu'il y a peu d'exigences pour ces postes. Toutefois, certains ont mentionné que l'aide-pressier détenant un DEP en imprimerie est recherché par les entreprises, car elles prévoient que cet employé pourra devenir pressier éventuellement. Diplômé ou non, l'employé devra débiter au bas de l'échelle comme aide et suivre le cheminement habituel des employés de la production.

Les données présentées au tableau 3.49 sont issues de l'enquête auprès de 350 entreprises. Les résultats relativement aux difficultés de recrutement ne permettent malheureusement pas de distinguer l'aide-pressier, l'assistant et le manœuvre.

Tableau 3.49 – Difficulté de recrutement d'un aide-pressier, d'un assistant ou d'un manœuvre dans les entreprises sondées

Niveau de difficulté de recrutement	Aide-pressier, assistant ou manœuvre (n=88)
Très facile	19 %
Plutôt facile	42 %
Plutôt difficile	32 %
Très difficile	5 %
Ne sait pas	2 %

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

Six entreprises sondées sur dix disent que le recrutement des aides et des assistants est facile ou plutôt facile. Une entreprise sur trois trouve que c'est plutôt difficile. Par contre, les entreprises interrogées disent qu'il est difficile de recruter les aides.

Le secteur des communications graphiques est souvent en concurrence avec d'autres secteurs pour l'embauche d'employés qui occupent les postes d'aides, d'assistants ou de manœuvres. Bien que le nombre de poste soit plutôt stable (voir tableau 3.49), comme les employés sont en demande ailleurs et quittent le secteur, les postes sont plus souvent vacants.

Évolution prévue de l'effectif

On retrouve au tableau 3.50 les données concernant l'évolution prévue du nombre d'aides-pressiers, d'assistants ou de manœuvres dans les 350 entreprises sondées, au cours des trois prochaines années.

Tableau 3.50 – Évolution prévue du nombre d'aides-pressiers, d'assistants ou de manœuvres dans les entreprises, sondées au cours des trois prochaines années

Évolution prévue du nombre, d'ici trois ans	Aide-pressier, assistant ou manœuvre (n=88)
Hausse	22 %
Stabilité	68 %
Baisse	6 %
Ne sait pas	5 %

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

Sept entreprises sur dix estiment que le nombre d'aides-pressiers, aides, assistants et manœuvres sera stable au cours des prochaines années. Une entreprise sur cinq, toutefois, dit que les postes seront à la hausse.

Formation continue et perfectionnement en entreprise ou à l'extérieur

Les groupes de discussion avec les entreprises et les entrevues individuelles ont également fait ressortir l'importance pour l'aide-pressier de détenir une formation reliée au domaine de l'imprimerie, soit un DEP ou un DEC, mais surtout le DEP. Il s'agit de formations utiles qui préparent au métier de pressier. Or, pour devenir pressier, il faut au moins cinq à dix ans, et occuper d'abord un poste d'aide-pressier. Les employés, surtout dans les grandes entreprises, n'ont ni la patience ni la motivation pour cheminer aussi longuement quand qu'ils ont un diplôme. Les petites et les moyennes entreprises facilitent plus le cheminement d'un aide-pressier diplômé que les grandes entreprises.

Ainsi, bien que des formations académiques intéressantes soient utiles aux entreprises, elles en sont privées en partie leur structure de promotion interne qui impose à tous les nouveaux employés de passer par un poste d'aide.

Ceci dit, les entreprises embauchent les aides-pressiers qui acceptent finalement cette structure, souvent sans diplôme ou expérience, et elles les forment à la tâche ou leur proposent du perfectionnement. De nombreux perfectionnements sont effectivement disponibles pour l'aide-pressier sans formation, soit ceux également disponibles pour les pressiers.

Enfin, des formations internes, sont offertes au moment de l'installation de d'un nouvel équipement, souvent par les fabricants de l'équipement.

Évolution de la fonction de travail

Selon les entreprises interrogées, le poste d'aide-pressier évolue avec celui de pressier et suit également l'arrivée de tout nouvel équipement. Cela pose un défi constant aux employés qui exercent l'un et à l'autre des métiers en termes d'adaptation à la technologie et d'efforts d'apprentissage du fonctionnement de l'équipement.

- Les travailleurs doivent s'adapter à la présence grandissante de la technologie et de l'automatisation dans leur travail.
- La programmation des machines est une tâche qui pourrait de plus en plus leur revenir, d'où l'importance qu'ils connaissent bien certains logiciels.
- Les habiletés en mécanique et en électrotechnique peuvent être recherchées, mais les premières sont souvent moins maîtrisées par les plus jeunes employés.

4 FORMATION

4.1 PRÉSENTATION DES PROGRAMMES DE FORMATION INITIALE : DEP ET DEC

Cette section présente une description des programmes de formation initiale qui ont un lien avec l'une ou l'autre des fonctions de travail analysées au chapitre précédent. Ces programmes de formation professionnelle et technique sont :

- le 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
- le DEC 570.A0 Graphisme
- le DEC 581.A0 Infographie en préimpression
- le DEC 581.B0 Techniques de l'impression
- le DEP 5221 Procédés infographiques (version anglaise 5721 Desktop publishing)
- le DEP 5246 Imprimerie (version anglaise 5746 Printing)
- le DEP 5240 Reprographie et façonnage

Les programmes d'études qui conduisent à un diplôme d'études professionnel (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.

4.1.1 *DEC Techniques de gestion de l'imprimerie et DEC Gestion de projet en communications graphiques*

Présentation générale et objectifs

Le programme d'études DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie a cessé d'être en vigueur en septembre 2008. Il est remplacé par le nouveau DEC 581.C0 Gestion de projet en en graphiques. Ce dernier a été approuvé en 2007 et son implantation était facultative depuis septembre 2007; elle est maintenant obligatoire depuis septembre 2008.

Comme l'illustre le tableau 4.1, le DEC 581.08 comportait 2 475 heures, dont 1 815 de formation spécifique. Le nouveau DEC 581.C0 comporte un peu moins d'heures, 2 340, dont 1 680 de formation spécifique. Deux établissements offrent le nouveau DEC à travers le Québec, les mêmes qui offraient l'ancien DEC.

Tableau 4.1 – Données générales sur le DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie et le DEC 581.C0 Gestion de projet en communications graphiques

Techniques de gestion de l'imprimerie (581.08) Gestion de projet en communications graphiques (581.C0)	
Numéro du programme	581.08 en vigueur jusqu'en septembre 2008; par la suite, sera remplacé par 581.C0
Durée de la formation	581.08 : 2 475 heures, dont 1 815 spécifiques 581.C0 : 2 340 heures, dont 1 680 spécifiques
Sanction des études	DEC
Secteur de formation	Communications et documentation (13)
Année d'implantation	581.C0 : approuvé en 2007 Implantation facultative en septembre 2007 Implantation obligatoire en septembre 2008
Établissements autorisés (2) Cégep Beauce-Appalaches Cégep d'Ahuntsic	

Source : site Internet de l'Inforoute FTP.

Le DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie vise à former des techniciens aptes à occuper des fonctions de gestion reliées à la production des imprimés. Dans le secteur communications graphiques, les élèves seront capables de connaître les produits, les entreprises, les techniques de production et les conditions où elles s'effectuent. Dans le domaine de la gestion industrielle, ils apprendront les éléments de mathématiques nécessaires aux activités de gestion; l'utilisation du micro-ordinateur et l'application des méthodes de planification de projets de production.

Le nouveau DEC 581.C0 Gestion de projet en communications graphiques vise à former des chargés de projets en communications graphiques qui seront en mesure de travailler dans les différents secteurs de l'industrie de l'imprimerie et, de façon plus générale, dans les milieux liés à la production d'imprimés, y compris les secteurs comportant des procédés et des produits spécifiques tels que l'emballage, les articles promotionnels de même que les entreprises de sous-traitance ou les entreprises offrant des services professionnels dans le domaine des communications graphiques.

Contenu du programme

Le contenu détaillé de la formation spécifique du DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie est présenté au tableau 4.2 et celui du DEC 581.C0 Gestion de projet en communications graphiques est présenté au tableau 4.3.

Le DEC 581.08 (ancien programme) est décrit par des cours auxquels sont rattachées des heures prescriptives et le DEC 581.C0 (nouveau programme) est décrit par compétences sans détermination prescriptive des heures. L'organisation des compétences en cours et le nombre d'heures allouées à chacun de ces cours sont la responsabilité des établissements.

Tableau 4.2 – Contenu du DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie (ancien programme)

Techniques de gestion de l'imprimerie (581.08) Cours	Durée (heures)
Statistique et contrôle	60
Compléments de mathématiques (techniques de la gestion)	75
Interrelations dans le monde professionnel	45
Initiation à l'organisation de l'entreprise	45
Supervision et gestion des ressources humaines	60
Introduction à l'étude du travail	60
Gestion des opérations	45
Droit et relations de travail	60
Gestion de projets et ordonnancement	60
Gestion des matériaux en imprimerie	60
Gestion de la qualité en imprimerie	45
Analyse des coûts	60
Utilisation de logiciels sur micro-ordinateurs	45
Conception des documents imprimés	45
Procédés et produits de l'imprimerie	45
Communications graphiques	30
Procédés typographiques	75
Procédés photolithographiques	90
Procédés d'impression	75
Procédés de finition	45
Procédés de traitement de l'image	90
Imposition	45
Estimation en imprimerie	45
Densitométrie	30
Contrôle de la qualité en imprimerie I	60
Analyse des travaux, des coûts et devis de production	75
Stage	105
Sous-total :	1 575
<i>Plus environ 240 heures de cours choisis parmi les suivants :</i>	
La couleur	45
Marketing sectoriel	60
Représentation commerciale	45
Techniques d'aménagement	60
Ergonomie, santé et sécurité au travail	60
Projet de fin d'études	90
Total:	1 815

Source : site Internet de l'Inforoute FTP.

Tableau 4.3 – Contenu du DEC 581.C0 Gestion de projet en communications graphiques (nouveau programme)

Gestion de projet en communications graphiques (581.C0) Compétences	Durée (heures)
Analyser la fonction de travail	*
Déterminer un procédé d'impression relatif à un produit	*
Exploiter les outils informatiques	*
Déterminer les étapes de préimpression menant à une forme imprimante	*
Agencer les matières premières en fonction d'un produit et d'un procédé	*
Déterminer le processus de fabrication d'un produit à imprimer	*
Produire un devis descriptif	*
Établir un plan d'imposition	*
Créer et entretenir des relations professionnelles dans l'autre langue officielle	*
Interagir dans des relations de travail variées	*
Traiter avec les fournisseurs	*
Estimer les coûts de production d'un projet	*
Évaluer le potentiel de son environnement professionnel	*
Conseiller la clientèle	*
Soumettre une offre de service	*
Gérer des situations problématiques	*
Planifier la préparation d'un produit à imprimer	*
Coordonner le déroulement d'un projet	*
Faire le bilan de la réalisation d'un projet	*
Gérer la réalisation de projets multiples	*
	1 680

Source : site Internet de l'Inforoute FTP.

Perspectives professionnelles

Les connaissances et les compétences acquises dans le DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie préparent les personnes diplômées à occuper théoriquement la profession suivante de la Classification nationale des professions (CNP) :

- 7218 Surveillant de l'imprimerie et du personnel assimilé (contremaître/superviseur en imprimerie)

Le nouveau DEC 581.C0 Gestion de projet en communications graphiques comporte une orientation différente et prépare les personnes diplômées à occuper la profession suivante :

- 6411 Représentant des ventes non techniques (représentant)

Les deux programmes, l'ancien et le nouveau, se distinguent fondamentalement quant aux fonctions de travail visées : le premier, qui est remplacé, préparait de façon générale à des fonctions en gestion d'imprimerie et visait notamment les contremaîtres alors que le second développe les compétences des représentants/gestionnaires de projets. De fait, la description du DEC 581.C0 comporte des compétences en représentation, estimation et gestion de projets.

Inscriptions

Le tableau 4.4 présente les inscriptions en première année au DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie et au DEC 581.C0 Gestion de projet en communications graphiques, de 2003-2004 à 2007-2008. On constate que le nombre total d'inscriptions a fortement baissé – 34 % en trois ans – puis a augmenté en 2007-2008. Au total, la baisse est de 26 % sur une période de quatre ans.

Tableau 4.4 – Inscriptions en première année au DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie de 2003-2005 à 2007-2008

Techniques de gestion de l'imprimerie / Gestion de projet en communication graphique	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
581.08/581.C0	92	87	73	61	68

Source : La Relance, MELIS.

Placement

Le tableau 4.5 présente la situation des personnes diplômées du DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie pour les promotions de 2004-2005 à 2006-2007. On constate que :

- Le pourcentage de répondants en emploi oscille entre 70 % et 83 % selon l'année. Un faible pourcentage de répondants étaient aux études au moment de l'enquête de La Relance (8 % à 9 %, sauf durant une année (30 % en 2005-2006)).
- La totalité des répondants en emploi occupe un emploi à temps plein et la grande majorité dit qu'elle occupe un emploi en lien avec la formation (entre 80 % et 100 % selon l'année).
- Le taux de chômage est très variable d'une année à l'autre, oscillant entre 0 % et 9 %.

Tableau 4.5 – Données sur l'intégration au marché du travail des personnes diplômées du DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie de 2004-2005 à 2006-2007

Techniques de gestion de l'imprimerie (581.08)	Promotion 2004-2005	Promotion 2005-2006	Promotion 2006-2007	Promotion 2007-2008
Personnes diplômées (N) / Répondants à la Relance (N)		12 / 10	12 / 12	2 / 12
Répondantes et répondants en emploi (%)	72,7	70,0	83,3	83,3
=> À temps plein (%)	100,0	100,0	100,0	100,0
=> En rapport avec la formation (%)	87,5	100,0	80,0	80,0
Taux de chômage (%)	9,1	0,0	8,3	8,3
Répondantes et répondants aux études (%)	9,1	30,0	8,3	8,3

Source : La Relance, MELIS.

Types d'emplois occupés et secteurs d'activité

Le tableau 4.6 présente les données sur les types d'emplois occupés par les diplômés du DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie, promotion 2006-2007. On constate une grande variété de métiers occupés sans qu'aucun ne domine. Seulement 28 % des diplômés

occupent l'un ou l'autre des deux emplois visés par le programme de formation, soit 7218 Surveillant de l'imprimerie (contremaître/superviseur en imprimerie), pour l'ancien programme, et 6411 Représentant, pour le nouveau programme.

Tableau 4.6 – Types d'emplois occupés par les personnes diplômées du DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie, promotion 2006-2007

Techniques de gestion de l'imprimerie (581.08) Codes CNP et titres des professions		Fréquence	%
1235	Estimateurs et évaluateurs	2	28,6
5241	Designers graphiques et illustrateurs	1	14,3
6411	Représentants des ventes non techniques	1	14,3
7218	Surveillants de l'imprimerie et du personnel assimilé	1	14,3
1225	Agents aux achats	1	14,3
1453	Commis aux services à la clientèle, commis à l'information et personnel assimilé	1	14,3
Total:		7	100,0

Source : La Relance, MELS.

Notes : Le nombre de répondants à l'enquête de la relance étant très restreint, il faut prendre avec réserve la représentativité des données.

Dans ce tableau, seuls les répondants qui sont en emploi sont comptabilisés.

Le tableau 4.7 indique les sous-secteurs d'activité économique des entreprises employant les diplômés du DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie, promotion 2005-2006. On remarque que tous les diplômés travaillent dans un sous-secteur SCIAN qui fait partie des communications graphiques, sept sur dix des répondants œuvrant dans le 3231 Impression et activités connexes de soutien et les autres dans l'édition (5111).

Tableau 4.7 – Secteurs d'activité économique des entreprises employant les personnes diplômées du DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie, promotion 2005-2006

Techniques de gestion de l'imprimerie (581.08) Codes SCIAN et secteurs d'activité économique		Fréquence	%
3231	Impression et activités connexes de soutien	5	71,4
5111	Éditeurs de journaux, de périodiques, de livres et de répertoires	2	28,6
Total:		7	100,0

Source : La Relance, MELS.

Notes : Le nombre de répondants à l'enquête de la relance étant très restreint, il faut prendre avec réserve la représentativité des données.

Dans ce tableau, seuls les répondants qui sont en emploi sont comptabilisés.

4.1.2 DEC Graphisme

Présentation générale et objectifs

Le programme d'études DEC 570.A0 Graphisme a été implanté en 1997. Comme l'illustre le tableau 4.8, il s'agit d'un programme de 2 640 heures, dont 1 980 de formation spécifique. Il est offert dans sept établissements à travers le Québec.

Tableau 4.8 – Données générales sur le DEC 570.A0 Graphisme

Graphisme	
Numéro du programme	570.A0
Durée de la formation	2 640 heures, dont 1 980 spécifiques
Sanction des études	DEC
Secteur de formation	Communications et documentation (13)
Année d'implantation	1997
Établissements autorisés (7)	
Cégep de Rivière-du-Loup	
Cégep de Sainte-Foy	
Cégep de Sherbrooke	
Cégep d'Ahuntsic	
Cégep du Vieux Montréal	
Cégep Marie-Victorin	
Collège Dawson	

Source : site Internet de l'Inforoute FTP.

Au terme de sa formation, l'élève en graphisme sera en mesure de décoder les besoins des clients afin de leur proposer un produit qui répond à leurs besoins, en tenant compte des styles, des concurrents, des budgets, des délais et des clientèles cibles. Dans ce contexte, il doit posséder un bagage culturel étendu qui puisse alimenter son travail de création. À son entrée sur le marché du travail, le graphiste réalise des projets d'édition, des projets d'identification visuelle, des projets publicitaires, des projets en trois dimensions et des projets multimédias.

Contenu du programme

Le contenu détaillé du programme est présenté au tableau 4.9. Le nombre d'heures attitrées à chacune des compétences desquelles découlent les cours sont de la responsabilité des établissements. Toutefois, la formation spécifique doit totaliser 1 980 heures.

Tableau 4.9 – Contenu du DEC 570.A0 Graphisme

Graphisme (570.A0) Compétences	Durée (heures)
Analyser la fonction de travail	*
Proposer des solutions plastiques créatives	*
Traduire une idée en esquisse	*
Exploiter les grandes tendances artistiques et graphiques	*
Rechercher et analyser l'information	*
Optimiser la lisibilité de la typographie	*
Faire des mises en page informatisées	*
Élaborer des concepts typographiques	*
Réaliser un projet d'édition	*
Communiquer au moyen de la couleur	*
Créer et fabriquer une image communicante	*
Produire des illustrations virtuelles	*
Évaluer les contraintes liées aux moyens de diffusion	*
Réaliser un projet d'identification visuelle	*
Communiquer avec les partenaires d'un projet	*
Conseiller la cliente ou le client en rapport avec l'orientation d'un projet	*
Traiter des images numérisées	*
Réaliser un projet publicitaire	*
Gérer un projet	*
Réaliser un projet en trois dimensions	*
Exploiter des logiciels multimédias	*
Créer le concept et le prototype d'une production multimédia interactive	*
Total :	1 980

Source : site Internet de l'Inforoute FTP.

Perspectives professionnelles

Les connaissances et les compétences acquises dans ce programme d'études préparent les personnes diplômées à occuper théoriquement les professions suivantes de la Classification nationale des professions (CNP) :

- 5223 Technicien en graphisme
- 5241 Designer graphique et illustrateur

Inscriptions

Le tableau 4.10 présente les inscriptions en première année au DEC 570.A0 Graphisme de 2003-2004 à 2007-2008. Les inscriptions sont plutôt stables au cours de la période de la période 2003-2004 et 2007-2008.

Tableau 4.10 – Inscriptions en première année au DEC 570.A0 Graphisme, de 2003-2004 à 2007-2008

Graphisme	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
570.A0	1 216	1 166	1 100	1 150	1 201

Source : La Relance, MELs.

Placement

Le tableau 4.11 présente la situation des personnes diplômées du DEC 570.A0 Graphisme pour les promotions de 2004-2005 à 2006-2007. On constate que :

- Le pourcentage de répondants en emploi oscille entre 60 % et 63 % selon l'année. Un pourcentage important était aux études au moment de l'enquête de La Relance, entre 28 % et 34 % selon l'année.
- Une forte majorité des répondants en emploi occupe un emploi à temps plein (entre 79 % et 89 % selon l'année). Par contre, le pourcentage de répondants qui disent qu'ils occupent un emploi en lien avec la formation est bas en 2004-2005 (52 %), mais il a fortement augmenté au cours des deux années suivantes, atteignant 72 % et 83 %.
- Le taux de chômage, assez bas, varie entre 3 % et 6,5 % selon l'année.

Tableau 4.11 – Données sur l'intégration au marché du travail des personnes diplômées du DEC 570.A0 Graphisme, 2004-2005 à 2006-2007

Graphisme (570.A0)	Promotion 2004-2005	Promotion 2005-2006	Promotion 2006-2007	Promotion 2007-2008
Personnes diplômées (N) / Répondants à la Relance (N)		288 / 204	247 / 168	27 / 168
Répondantes et répondants en emploi (%)	63,3	60,3	62,5	62,5
=> À temps plein (%)	81,0	78,9	88,6	88,6
=> En rapport avec la formation (%)	52,0	71,5	82,9	82,9
Taux de chômage (%)	6,5	2,9	4,8	4,8
Répondantes et répondants aux études (%)	27,6	33,8	29,8	29,8

Source : La Relance, MELs.

Types d'emplois occupés et secteurs d'activité

Le tableau 4.12 présente les données sur les types d'emplois occupés par les diplômés du DEC 570.A0 Graphisme, promotion 2006-2007. On constate qu'une écrasante majorité des diplômés, 93 %, occupe l'un ou l'autre des deux emplois visés par le programme de formation, soit 5241 designer graphique et illustrateur (designer/concepteur graphique) et 5223 technicien en graphisme (infographiste, graphiste).

Tableau 4.12 – Types d'emplois occupés par les personnes diplômées du DEC 570.A0 Graphisme, promotion 2006-2007

Graphisme (570.A0) Codes CNP et titres des professions		Fréquence	%
5241	Designers graphiques et illustrateurs	47	68,1
5223	Techniciens en graphisme	17	24,6
2175	Concepteurs et développeurs Web	2	2,9
6411	Représentants des ventes non techniques	1	1,4
7218	Surveillants de l'imprimerie et du personnel assimilé	1	1,4
5124	Professionnels des relations publiques et des communications	1	1,4
Total:		69	100,0

Source : La Relance, MELS.

Seuls les répondants qui ont un emploi en lien avec la formation sont comptabilisés dans les données du MELS.

Le tableau 4.13 indique les secteurs d'activité économique des entreprises employant les diplômés du DEC 570.A0 Graphisme, promotion 2005-2006. On remarque que les diplômés se retrouvent dans de multiples secteurs d'activité, 31 au total.

Seulement 30 % des diplômés se retrouvent dans un sous-secteur SCIAN qui fait partie des communications graphiques, soit 3231 Impression et activités connexes de soutien (20 %), 5111 Éditeurs (7 %) et 5414 Services spécialisés de design (3 %). Près d'un diplômé sur cinq travaille dans le domaine de la publicité.

Tableau 4.13 – Secteurs d'activité économique des entreprises employant les personnes diplômées du DEC 570.A0 Graphisme, promotion

Graphisme (570.A0) Codes SCIAN et secteurs d'activité économique		Fréquence	%
3231	Impression et activités connexes de soutien	14	20,0
5418	Publicité et services connexes	13	18,6
5415	Conception de systèmes informatiques et services connexes	6	8,6
5111	Éditeurs de journaux, de périodiques, de livres et de répertoires	5	7,1
5414	Services spécialisés de design	2	2,9
5121	Industries du film et de vidéo	2	2,9
5241	Sociétés d'assurance	2	2,9
3351	Fabrication de matériel électrique d'éclairage	2	2,9
4144	Grossistes-distributeurs d'articles personnels	2	2,9
	22 autres SCIAN (n=1)	22	31,4
Total:		70	100,0

Source : La Relance, MELS.

Dans ce tableau, seuls les répondants qui sont en emploi sont comptabilisés.

4.1.3 DEC Infographie en préimpression

Présentation générale et objectifs

Le programme d'études DEC 581.A0 Infographie en préimpression a été implanté en 2000. Comme l'illustre le tableau 4.14, il s'agit d'un programme de 2 640 heures, dont 1 980 de formation spécifique. Il est offert dans seulement un établissement à travers le Québec, le cégep d'Ahuntsic.

Tableau 4.14 – Données générales sur le DEC 581.A0 Infographie en préimpression

Infographie en préimpression	
Numéro du programme	581.A0
Durée de la formation	2 910 heures, dont 2 250 spécifiques
Sanction des études	DEC
Secteur de formation	Communications et documentation (13)
Année d'implantation	2000
Établissement autorisé (1)	
Cégep d'Ahuntsic	

Source : site Internet de l'Inforoute FTP.

Au terme de sa formation, l'élève sera en mesure d'effectuer à l'ordinateur la réalisation technique de documents graphiques destinés à être imprimés et reproduits sur des supports d'impression. Il pourra analyser techniquement les documents à reproduire afin de déterminer les moyens les mieux adaptés aux conditions d'impression, effectuer la saisie et le traitement des originaux par l'utilisation de techniques photographiques, optoélectroniques ou informatiques afin de répondre aux demandes de la clientèle ainsi qu'aux exigences découlant des procédés d'impression et de leurs contraintes propres; intégrer à la mise en page des images fournies par la clientèle. L'infographe en préimpression doit également se préoccuper de l'amélioration continue de la qualité dans un contexte de qualité totale.

Le présent programme offre à l'élève, une connaissance concrète des différents procédés d'impression et de finition, ainsi que de leurs paramètres; une bonne maîtrise des techniques électroniques de préparation de documents graphiques; une vision globale de la chaîne graphique permettant de prendre en considération l'amont et l'aval de son propre travail; une bonne maîtrise des habiletés au contrôle de la qualité et à la résolution des problèmes d'exécution de documents graphiques, autant par anticipation qu'en cours d'impression.

Contenu du programme

Le contenu détaillé du programme d'études est présenté au tableau 4.15. Le nombre d'heures totales relevant de la formation spécifique doit totaliser à 2 250. L'organisation en cours des compétences et le nombre d'heures allouées sont de la responsabilité des établissements.

Tableau 4.15 – Contenu du DEC 581.A0 Infographie en préimpression

Infographie en préimpression (581.A0) Compétences	Durée (heures)
Analyser la fonction de travail	*
Appliquer les règles relatives aux éléments de présentation graphique (basic design)	*
Produire des documents graphiques de haute résolution	*
Effectuer le contrôle densitométrique des tons d'images en noir et blanc	*
Effectuer un dessin informatisé	*
Résoudre des problèmes de créativité	*
Gérer le chevauchement des couleurs	*
Gérer des environnements informatiques	*
Contrôler, en préimpression, la qualité des imprimés	*
Produire les plaques destinées à l'impression offset et flexographique	*
Préparer des documents multimédias	*
Produire le devis estimatif d'un projet d'imprimerie	*
Gérer l'exécution de travaux de préimpression	*
Évaluer visuellement les caractéristiques d'une image photographique	*
Effectuer le traitement informatisé d'images en noir et blanc	*
Effectuer une mise en page	*
Assurer la qualité technique d'un montage informatisé	*
Procéder à l'imposition de documents	*
Effectuer un photomontage couleur	*
Effectuer, en processus continu, un projet d'infographie en préimpression	*
Effectuer le traitement d'images couleurs en quadrichromie	*
Effectuer des retouches d'images couleurs en quadrichromie	*
Total:	2 250

Source : site Internet de l'Inforoute FTP.

Perspectives professionnelles

Les connaissances et les compétences acquises dans ce programme d'études préparent les personnes diplômées à occuper théoriquement les professions suivantes de la Classification nationale des professions (CNP) :

- 1423 Opérateur d'équipement d'éditique et personnel assimilé
- 5241 Designer graphique et illustrateur
- 9472 Photographeur-clicheur, photographeur-reporter, et autre personnel de mise en train

Inscriptions

Le tableau 4.16 présente les inscriptions en première année au DEC 581.A0 Infographie en préimpression de 2003-2004 à 2007-2008. On constate une baisse marquée et continue du nombre d'inscriptions; cette baisse a été de 47 % sur une période de cinq ans.

Tableau 4.16 – Inscriptions en première année au DEC 581.A0 Infographie en préimpression, de 2003-2004 à 2007-2008

Infographie en préimpression	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
581.A0	362	332	263	212	193

Source : La Relance, MELS.

Placement

Le tableau 4.17 présente la situation des personnes diplômées du DEC 581.A0 Infographie en préimpression pour les promotions de 2004-2005 à 2006-2007. On constate que :

- Le pourcentage de répondants en emploi a connu une croissance appréciable, passant de 76 % à 89 %. Inversement, le pourcentage de répondants aux études a baissé, passant de 17 % à 7 %
- Une forte majorité des répondants en emploi occupe un poste à temps plein (entre 89 % et 94 % selon l'année). Le pourcentage de répondants qui déclarent occuper un poste en lien avec la formation, assez faible en 2004-2005 (69 %), est plus élevé les deux années suivantes 83 % et 78 %).
- Le taux de chômage, très bas, varie entre 2 % et 5 % selon l'année.

Tableau 4.17 – Données sur l'intégration au marché du travail des personnes diplômées du DEC 581.A0 Infographie en préimpression, 2004-2005 à 2006-2007

Infographie en préimpression (581.A0)	Promotion 2004-2005	Promotion 2005-2006	Promotion 2006-2007	Promotion 2007-2008
Personnes diplômées (N) / Répondants à la Relance (N)		64 / 45	68 / 56	71 / 56
Répondantes et répondants en emploi (%)	75,6	80,0	89,3	89,3
=> À temps plein (%)	93,5	88,9	92,0	92,0
=> En rapport avec la formation (%)	69,0	83,3	78,0	78,0
Taux de chômage (%)	4,9	4,4	1,8	1,8
Répondantes et répondants aux études (%)	17,1	15,6	7,1	7,1

Source : La Relance, MELS.

Types d'emplois occupés et secteurs d'activité

Le tableau 4.18 présente les données sur les types d'emplois occupés par les diplômés du DEC 581.A0 Infographie en préimpression, promotion 2006-2007. 13,8 % des diplômés exercent des métiers visés de designer graphiques (10,8 %) et opérateurs d'équipement d'édition (2,7 %).

Tableau 4.18 – Types d’emplois occupés par les personnes diplômées du DEC 581.A0 Infographie en préimpression, promotion 2006-2007

Infographie en préimpression (581.A0) Codes CNP et titres des professions		Fréquence	%
5223	Techniciens en graphisme	30	81,1
5241	Designers graphiques et illustrateurs	4	10,8
1235	Estimateurs et évaluateurs	1	2,7
1423	Opérateurs d'équipement d'édition et personnel assimilé	1	2,7
5243	Ensembles de théâtre, dessinateurs de mode, concepteurs d'expositions et autres concepteurs artistiques	1	2,7
Total:		37	100,0

Source : La Relance, MELs.

Dans ce tableau, seuls les répondants qui sont en emploi sont comptabilisés.

Le tableau 4.19 indique les sous-secteurs d'activité économique des entreprises employant, au 31 mars 2005, les diplômés du DEC 581.A0 Infographie en préimpression, promotion 2003-2004. Environ 46 % des diplômés se retrouvent dans un sous-secteur SCIAN qui fait partie des communications graphiques, principalement 3231 Impression et activités connexes de soutien (39 %), mais aussi 5111 Éditeurs (7 %). Soulignons que 18 % des diplômés travaillent dans le domaine de la publicité.

Tableau 4.19 – Secteurs d'activité économique des entreprises employant les personnes diplômées du DEC 581.A0 Infographie en préimpression, promotion 2005-2006

Infographie en préimpression (581.A0) Codes SCIAN et secteurs d'activité économique		Fréquence	%
3231	Impression et activités connexes de soutien	11	39,3
5418	Publicité et services connexes	5	17,9
8129	Autres services personnels	3	10,7
5111	Éditeurs de journaux, de périodiques, de livres et de répertoires	2	7,1
	7 autres SCIAN (n=1)	7	25,0
Total:		28	100,0

Source : La Relance, MELs.

Seuls les répondants qui ont un emploi en lien avec la formation sont comptabilisés dans les données du MELs.

4.1.4 DEC Techniques de l'impression

Présentation générale et objectifs

Le programme d'études DEC 581.B0 Techniques de l'impression a été implanté en 2003. Comme l'illustre le tableau 4.20, il s'agit d'un programme de 2 805 heures, dont 2 145 de formation spécifique. Il est offert dans seulement un établissement à travers le Québec, le cégep d'Ahuntsic.

Tableau 4.20 – Données générales sur le DEC 581.B0 Techniques de l'impression

Techniques de l'impression	
Numéro du programme	581.B0
Durée de la formation	2 805 heures, dont 2 145 spécifiques
Sanction des études	DEC
Secteur de formation	Communications et documentation (13)
Année d'implantation	2003
Établissement autorisé (1) Cégep d'Ahuntsic	

Source : site Internet de l'Inforoute FTP.

Le programme vise à former des personnes aptes à exercer la profession de technicien en impression. Les techniciens en impression travaillent sur différents procédés d'impression : duplicateur, presse offset multicolours à feuilles, presse offset rotative multicolours et presse flexographique multicolours. Leurs tâches touchent tous les aspects relatifs à la production industrielle d'imprimés, comme : la mise en train; le contrôle de la qualité des plaques, des papiers, des encres et des produits chimiques; l'optimisation de la production; ainsi que les travaux de massicotage et de reliure. Les technologies informatiques font partie intégrante du travail des techniciennes et des techniciens en impression. Ils doivent configurer les systèmes de commande à distance, traiter l'information, interpréter les données et régler les paramètres d'impression.

Contenu du programme

Le contenu détaillé du programme est présenté au tableau 4.21. Le nombre d'heures attitrées pour chacun des cours n'est pas présenté puisque les compétences desquelles découlent les cours sont de la responsabilité des établissements. Toutefois, le nombre d'heures totales relevant de la formation spécifique doit équivaloir à 2 145 heures.

Tableau 4.21 – Contenu du DEC 581.B0 Techniques de l'impression

Techniques de l'impression (581.B0) Compétences	Durée (heures)
Analyser la fonction de travail de technicienne ou de technicien en impression	*
Intervenir en matière de santé et de sécurité dans le domaine de l'imprimerie	*
Préparer des plaques offset	*
Réaliser des impressions d'une ou de deux couleurs sur un duplicateur offset	*
Réaliser des impressions multicolours et en quadrichromie sur un duplicateur offset	*
Imposer les feuilles d'un imprimé	*
Contrôler des papiers et des cartons d'imprimerie	*
Exécuter des travaux de débitage et de pliage	*
Préparer des encres	*
Décomposer les couleurs	*
Réaliser des éditions d'une ou de deux couleurs de format moyen sur une presse offset manuelle	*
Relier des imprimés	*
Appliquer une procédure de contrôle de qualité en impression	*
Réaliser des impressions multicolours et en quadrichromie de format moyen sur une presse offset manuelle	*
Planifier la production de travaux d'imprimerie	*
Réaliser des impressions multicolours sur une presse flexographique manuelle	*
Estimer les coûts de production d'un imprimé	*
Réaliser des impressions multicolours et en quadrichromie de grand format sur une presse offset manuelle	*
Participer à un programme d'amélioration continue de la qualité	*
Participer à la conception et à la mise en oeuvre d'un programme d'entretien préventif	*
Réaliser des impressions de grand format sur une presse offset informatisée d'une ou de deux couleurs	*
Réaliser des impressions de grand format sur une presse offset informatisée de quatre couleurs	*
Réaliser des éditions sur une rotative offset informatisée à thermoséchage	*
Total:	2 145

Source : site Internet de l'Inforoute FTP.

Perspectives professionnelles

Les connaissances et les compétences acquises dans ce programme d'études préparent les personnes diplômées à occuper théoriquement les professions suivantes de la Classification nationale des professions (CNP) :

- 7381 Opérateur de presse à imprimer
- 9471 Opérateur de machine à imprimer

Inscriptions

Le tableau 4.22 présente les inscriptions en première année au DEC 581.B0 Techniques de l'impression de 2003-2004 à 2007-2008. On constate une baisse importante et continue du nombre d'inscriptions; cette baisse a atteint 53 % sur une période de cinq ans.

Tableau 4.22 – Inscriptions en première année au DEC 581.B0 Techniques de l'impression, de 2003-2004 à 2007-2008

Techniques de l'impression	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
581.B0	77	64	46	36	36

Source : La Relance, MELS.

Placement

Le tableau 4.23 présente la situation des personnes diplômées du DEC 581.B0 Techniques de l'impression pour les promotions de 2004-2005 à 2006-2007. On constate que :

- Le pourcentage de répondants en emploi est de 100 %. Aucun répondant n'était aux études au moment de l'enquête de La Relance.
- Tous les répondants en emploi occupent un emploi à temps plein. La plupart d'entre eux disent qu'ils occupent un emploi en lien avec la formation (entre 91 % et 100 % selon l'année).
- Le taux de chômage est nul.

Tableau 4.23 – Données sur l'intégration au marché du travail des personnes diplômées du DEC 581.B0 Techniques de l'impression, 2004-2005 à 2006-2007

Techniques de l'impression (581.B0)	Promotion 2004-2005	Promotion 2005-2006	Promotion 2006-2007	Promotion 2007-2008
Personnes diplômées (N) / Répondants à la Relance (N)	n.d.	8 / 7	13 / 11	3 / 11
Répondantes et répondants en emploi (%)	n.d.	100,0	100,0	100,0
=> À temps plein (%)	n.d.	100,0	100,0	100,0
=> En rapport avec la formation (%)	n.d.	100,0	100,0	100,0
Taux de chômage (%)	n.d.	0,0	0,0	0,0
Répondantes et répondants aux études (%)	n.d.	0,0	0,0	0,0

Source : La Relance, MELS.

Types d'emplois occupés et secteurs d'activité

Le tableau 4.24 présente les données sur les types d'emplois occupés par les diplômés du DEC 581.B0 Techniques de l'impression, promotion 2006-2007. On constate qu'une bonne majorité des diplômés, 70 %, occupe l'un ou l'autre des deux emplois visés par le programme de formation, soit 7381 opérateur de presse à imprimer (pressier) et 9471 opérateur de machine à imprimer (pressier, opérateur de presse numérique).

Tableau 4.24 – Types d’emplois occupés par les personnes diplômées du DEC 581.B0 Techniques de l’impression, promotion 2006-2007

Techniques de l'impression (581.B0) Codes CNP et titres des professions		Fréquence	%
7381	Opérateurs de presse à imprimer	6	60,0
9471	Opérateurs de machines à imprimer	1	10,0
9473	Opérateurs de machines à relier et de finition	1	10,0
7211	Contremaîtres des machinistes et du personnel assimilé	1	10,0
2173	Ingénieurs en logiciel	1	10,0
Total:		10	100,0

Source : La Relance, MELS.

Notes : Le nombre de répondants à l'enquête de la relance étant très restreint, il faut prendre avec réserve la représentativité des données.

Dans ce tableau, seuls les répondants qui sont en emploi sont comptabilisés.

Le tableau 4.25 indique les secteurs d'activité économique des entreprises employant les diplômés du DEC 581.B0 Techniques de l'impression, promotion 2005-2006. Une nette majorité des diplômés, 72 %, se retrouvent dans un sous-secteur SCIAN qui fait partie des communications graphiques, principalement 5111 Éditeurs (43 %), mais aussi 3231 Impression et activités connexes de soutien (29 %).

Tableau 4.25 – Secteurs d'activité économique des entreprises employant les personnes diplômées du DEC 581.B0 Techniques de l'impression, promotion 2005-2006

Techniques de l'impression (581.B0) Codes SCIAN et secteurs d'activité économique		Fréquence	%
5111	Éditeurs de journaux, de périodiques, de livres et de répertoires	3	42,9
3231	Impression et activités connexes de soutien	2	28,6
3333	Fabrication de machines pour le commerce et les industries de services	1	14,3
8129	Autres services personnels	1	14,3
Total:		7	42,9

Source : La Relance, MELS.

Notes : Le nombre de répondants à l'enquête de la relance étant très restreint, il faut prendre avec réserve la représentativité des données.

Dans ce tableau, seuls les répondants qui sont en emploi sont comptabilisés.

4.1.5 DEP Procédés infographiques

Présentation générale et objectifs

Le programme d'études DEP 5221 Procédés infographiques a été implanté en 1998. Il est également offert en anglais sous l'appellation DEP 5721 Desktop publishing. Comme l'illustre le tableau 4.26, il s'agit d'un programme de 1 800 heures. Il est offert dans 17 établissements à travers le Québec, dont treize francophones et quatre anglophones.

Tableau 4.26 – Données générales sur le DEP 5221 Procédés infographiques

Procédés infographiques	
Numéro du programme	5221 (version anglaise Desktop Publishing 5721)
Durée de la formation	1 800 heures
Sanction des études	DEP
Secteur de formation	Communications et documentation (13)
Années d'implantation	1998
Établissements autorisés, programme en français (13) CS des Découvreurs, C.F.P Marie-Rollet CS de la Beauce-Etchemin, Centre de formation des Bâtisseurs CS de la Région-de-Sherbrooke, C.F.P. 24-Juin CS de la Seigneurie-des-Mille-Îles, C.F.P. l'Émergence CS de Laval, C.F.P. Compétences 2000 - Secteur B CS du Chemin-du-Roy, C.F.P. Bel-Avenir CS de Sorel-Tracy, Centre Bernard-Gariépy CS du Val-des-Cerfs, C.F.P de Cowansville CS Marie-Victorin, C.F.P. Jacques-Rousseau CS de la Pointe-de-l'Île, C.F.P. Calixa-Lavallée CS Marguerite-Bourgeoys, C.F.P. de Verdun CS des Draveurs, C.F.P. Compétences Outaouais CS du Lac-Saint-Jean, C.F.P. Alma CS Kativik Établissements autorisés, programme en anglais (4) Eastern Shores SB, C.F.P de Hopetown (autorisation provisoire) Eastern Shores SB, C.F.P Flemming (autorisation provisoire) Eastern Townships SB, Cowansville Vocational Education Training Centre English Montréal SB, Centre de technologie Rosemont	

Source : site Internet de l'Inforoute FTP.

Le programme d'études a pour objectifs d'acquérir les connaissances, les compétences nécessaires :

- à la saisie de textes, à l'application de la grammaire typographique et à la vérification de la qualité du français des textes;
- à l'application des principes de communication visuelle et à la préparation d'une maquette;
- à la production d'illustrations et au traitement des images;
- à la mise en page de documents noir et blanc et en couleurs;
- à l'imposition d'un document et à la production de films;

- à l'utilisation de moyens de télécommunication;
- à l'entretien et au dépannage d'un poste informatique;
- à la soumission d'un projet;
- à l'évaluation de la qualité d'un document;
- au travail d'équipe.

Contenu du programme

Le contenu détaillé du programme est présenté au tableau 4.27.

Tableau 4.27 – Contenu du DEP 5221 Procédés infographiques

Procédés infographiques (5221) Compétences	Durée (heures)
Se situer au regard du métier et de la démarche de formation	30
Saisir des textes	120
Communiquer visuellement un message	120
Produire des illustrations en noir et blanc	60
Vérifier des textes	60
Assurer la qualité de la typographie d'un texte	105
Traiter des images en noir et blanc	75
Préparer une maquette de production	60
Effectuer la mise en page d'un document monochrome	120
Effectuer l'imposition d'un document	60
Produire les films d'un document monochrome	60
Produire des illustrations couleur	75
Traiter des images couleur	120
Utiliser des moyens de télécommunication	90
Effectuer la mise en page d'un document ayant deux ou trois couleurs	90
Assurer la fonctionnalité d'un poste informatique	30
Effectuer la mise en page d'un document ayant des couleurs en quadrichromie	120
Produire les films et les supports imprimants d'un document couleur	120
Évaluer la qualité de documents en regard du travail de préparation	30
Soumissionner un projet	30
Effectuer, en équipe, la préparation d'un document	90
Assurer son cheminement professionnel	30
S'intégrer au milieu de travail	105
Total:	1 800

Source : site Internet de l'Inforoute FTP.

Perspectives professionnelles

Les connaissances et les compétences acquises dans ce programme d'études préparent les personnes diplômées à occuper théoriquement les professions suivantes de la Classification nationale des professions (CNP) :

- 1423 Opérateur d'équipement d'édition et personnel assimilé
- 5241 Designer graphique et illustrateur
- 9472 Photographeur-clicheur, photographeur-reporter, autre personnel de mise en train

Inscriptions

Le tableau 4.28 présente les inscriptions en première année au DEP 5221 Procédés infographiques de 2003-2004 à 2006-2007. On constate une baisse importante et continue du nombre d'inscriptions; cette baisse a atteint 35 % sur une période de quatre ans.

Tableau 4.28 – Inscriptions en première année au DEP 5221 Procédés infographiques, de 2003-2004 à 2006-2007

Procédés infographiques	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
5221	1502	1298	1102	973	n.d

Source : La Relance, MELs.

Placement

Le tableau 4.29 présente la situation des personnes diplômées du DEP 5221 Procédés infographiques pour les promotions de 2004-2005 à 2006-2007. On constate que :

- Le pourcentage de répondants en emploi se situe autour de 74 %. De 10 % à 11 % des répondants étaient aux études au moment de l'enquête de La Relance.
- Environ quatre répondants sur cinq en emploi occupent un emploi à temps plein (entre 80 % et 84 % selon l'année). Par contre, les répondants qui disent occuper un emploi en lien avec la formation est bas en 2004-2005 et 2005-2006 (58 %), mais a augmenté en 2006-2007, se situant à 74 %.
- Le taux de chômage est très élevé, variant entre 11 % et 14 % selon l'année.
- Globalement, la situation des personnes diplômées du programme en langue anglaise est moins bonne : il y a moins de répondants en emploi, moins de répondants qui occupent un emploi en lien avec la formation et le taux de chômage est plus élevé.

Tableau 4.29 – Données sur l'intégration au marché du travail des personnes diplômées du DEP 5221 Procédés infographiques, 2004-2005 à 2006-2007

Procédés infographiques (5221)	Promotion 2004-2005	Promotion 2005-2006	Promotion 2006-2007
Personnes diplômées (N) / Répondants à la Relance (N)		372 / 254	308 / 218
Répondantes et répondants en emploi (%)	73,8	74,4	75,2
=> À temps plein (%)	79,7	81,0	84,1
=> En rapport avec la formation (%)	58,7	58,2	73,8
Taux de chômage (%)	14,0	11,4	11,0
Répondantes et répondants aux études (%)	10,9	11,0	10,1
Desktop publishing (5721)			
Personnes diplômées (N) / Répondants à la Relance (N)			57 / 36
Répondantes et répondants en emploi (%)	68,2	70,7	66,7
=> À temps plein (%)	76,7	79,3	83,3
=> En rapport avec la formation (%)	47,8	69,6	70,8
Taux de chômage (%)	15,9	17,1	16,7
Répondantes et répondants aux études (%)	9,1	9,8	13,9

Source : La Relance, MELs.

Types d'emplois occupés et secteurs d'activité

Le tableau 4.30 présente les données sur les types d'emplois occupés par les diplômés du DEP 5221 Procédés infographiques, promotion 2006-2007. Près de quatre diplômés sur cinq n'occupent pas un emploi visé selon les perspectives professionnelles, mais plutôt un emploi de 5223 technicien en graphisme (71 %) qui n'est pas visé. De fait, 22 % des diplômés occupent des emplois visés : 5241 designer graphique et illustrateur (20 %) et 9472 photographeur-clicheur, photographeur-reporter.

Tableau 4.30 – Types d'emplois occupés par les personnes diplômées du DEP 5221 Procédés infographiques, promotion 2006-2007

Procédés infographiques (5221) et Desktop publishing (5721) Codes CNP et titres des professions		Fréquence	%
5223	Techniciens en graphisme	84	71,2
5241	Designers graphiques et illustrateurs	24	20,3
9471	Opérateurs de machines à imprimer	5	4,2
9472	Photograpeurs-clicheurs, photograpeurs-reporters et autre personnel de pré-mise en train	2	1,7
2175	Concepteurs et développeurs Web	2	1,7
2253	Technologues et techniciens en dessin	1	0,8
Total:		118	100,0

Source : La Relance, MELS.

Seuls les répondants qui ont un emploi en lien avec la formation sont comptabilisés dans les données du MELS.

Le tableau 4.31 indique les secteurs d'activité économique des entreprises employant les diplômés du DEP 5221 Procédés infographiques, promotion 2005-2006. Environ 60 % des diplômés se retrouvent dans un sous-secteur SCIAN qui fait partie des communications graphiques, principalement 3231 Impression et activités connexes de soutien (48 %), mais aussi 5111 Éditeurs (12 %). On retrouve également 10 % des diplômés dans le domaine de la publicité. Les autres diplômés sont dispersés dans une vingtaine de secteurs divers.

Tableau 4.31 – Secteurs d'activité économique des entreprises employant les personnes diplômées du DEP 5221 Procédés infographiques, promotion 2005-2006

Procédés infographiques (5221) Codes SCIAN et secteurs d'activité économique		Fréquence	%	n
3231	Impression et activités connexes de soutien	44	48,4	4
5111	Éditeurs de journaux, de périodiques, de livres et de répertoires	11	12,1	1
5418	Publicité et services connexes	10	11,0	0
5415	Conception de systèmes informatiques et services connexes	3	3,3	3
3261	Fabrication de produits en plastique	3	3,3	3
4521	Grands magasins	2	2,2	2
3152	Fabrication de vêtements coupés-cousus	2	2,2	2
	16 autres SCIAN (n=1)	16	17,6	6
Total:		91	100,0	0

Source : La Relance, MELS.

Dans ce tableau, seuls les répondants qui sont en emploi sont comptabilisés.

4.1.6 DEP Imprimerie

Présentation générale et objectifs

Le programme d'études DEP 5246 Imprimerie a été implanté en 2000. Il est également offert en anglais sous l'appellation DEP 5746 Printing. Comme l'illustre le tableau 4.32, il s'agit d'un programme de 1 350 heures. Il est offert dans huit établissements à travers le Québec (autorisé dans neuf), dont sept en français et un en anglais.

Tableau 4.32 – Données générales sur le DEP 5246 Imprimerie

Imprimerie	
Numéro du programme	5246 (version anglaise Printing 5746)
Durée de la formation	1 350 heures
Sanction des études	DEP
Secteur de formation	Communications et documentation (13)
Années d'implantation	2000
Établissements autorisés, programme en français (8)	
CS des Découvreurs, C.F.P Marie-Rollet	
CS de la Beauce-Etchemin, Centre de formation des Bâtisseurs	
CS de la Région-de-Sherbrooke, C.F.P. 24-Juin	
CS de Laval, C.F.P. Compétences 2000 - Secteur B	
CS du Chemin-du-Roy, C.F.P. Bel-Avenir	
CS Marie-Victorin, C.F.P. Jacques-Rousseau	
CS de la Pointe-de-l'Île, C.F.P. Calixa-Lavallée	
CS des Draveurs (non offert)	
Établissements autorisés, programme en anglais (1)	
English Montréal SB, Centre de technologie Rosemont	

Source : site Internet de l'Inforoute FTP.

Au terme de sa formation, l'élève sera en mesure d'effectuer la production de différents types d'imprimés à l'aide des presses offset ou sérigraphique. Il pourra préparer les matières premières pour un travail d'impression, faire la finition d'imprimés et appliquer des techniques de base pour l'ajustement mécanique des presses.

Contenu du programme

Le contenu détaillé du programme est présenté au tableau 4.33.

Tableau 4.33 – Contenu du DEP 5246 Imprimerie

Imprimerie (5246) Compétences	Durée (heures)
Se situer au regard du métier et de la démarche de formation	15
Appliquer des règles de santé et de sécurité dans un atelier	15
Effectuer la mise en route d'une presse offset	90
Se situer au regard d'une approche qualité	60
Effectuer la finition d'imprimés	60
Appliquer des techniques d'ajustement mécanique de base	30
Imprimer des travaux comportant des caractères en offset	120
Produire des imprimés comportant des teintes et des demi-tons en offset	120
Appliquer des techniques de pelliculage et de clichage	60
Préparer des matières premières pour un travail d'impression	60
Produire des imprimés en sérigraphie	120
Produire des travaux nécessitant une numérotation, une perforation ou une rainure	60
Imprimer des travaux comportant des aplats en offset	90
Imprimer des travaux en offset simultanément en deux couleurs	90
Utiliser des moyens de recherche d'emploi	30
Effectuer en équipe la production d'imprimés	30
Produire des imprimés quadrichromiques en sérigraphie	60
Produire des imprimés quadrichromiques en offset	120
S'intégrer au milieu de travail	120
Total:	1 350

Source : site Internet de l'Inforoute FTP.

Perspectives professionnelles

Les connaissances et les compétences acquises dans ce programme d'études préparent les personnes diplômées à occuper théoriquement les professions suivantes de la Classification nationale des professions (CNP) :

- 7381 Opérateur de presse à imprimer
- 9471 Opérateur de machine à imprimer

Inscriptions

Le tableau 4.34 présente les inscriptions en première année au DEP 5246 Imprimerie de 2003-2004 à 2006-2007. Le nombre d'inscriptions a connu une baisse marquée et continue de 47 % sur une période de quatre ans.

Tableau 4.34 – Inscriptions en première année au DEP 5246 Imprimerie, de 2003-2004 à 2006-2007

Imprimerie	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
5246	446	320	296	235	n.d

Source : La Relance, MELIS.

Placement

Le tableau 4.35 présente la situation des personnes diplômées du DEP 5246 Imprimerie pour les promotions de 2004-2005 à 2006-2007. On constate que :

- Le pourcentage de répondants en emploi oscille entre 77 % et 85 % selon l'année. Un faible pourcentage était aux études, autour de 8 %.
- Une forte proportion des répondants en emploi occupe un poste à temps plein (entre 87 % et 96 % selon l'année). Par contre, le nombre de répondants qui disent occuper un poste en lien avec la formation est bas en 2004-2005 et 2005-2006 (68 % et 61 %), mais en augmentation en 2006-2007, se situant à 76 %.
- Le taux de chômage était élevé en 2004-2005 et 2005-2006 (14 % et 12 %), mais a diminué en 2006-2007 (4 %).
- Globalement, la situation des personnes diplômées du programme en langue anglaise est nettement moins bonne, surtout en 2006-2007 : moins de répondants sont en emploi, ils occupent moins souvent un emploi en lien avec la formation et le taux de chômage est plus élevé.

Tableau 4.35 – Données sur l'intégration au marché du travail des personnes diplômées du DEP 5246 Imprimerie, 2004-2005 à 2006-2007

Imprimerie (5246)	Promotion 2004-2005	Promotion 2005-2006	Promotion 2006-2007
Personnes diplômées (N) / Répondants à la Relance (N)		97 / 65	93 / 53
Répondantes et répondants en emploi (%)	76,5	78,5	84,9
=> À temps plein (%)	86,7	96,1	93,3
=> En rapport avec la formation (%)	67,7	60,8	75,6
Taux de chômage (%)	14,3	12,3	3,8
Répondantes et répondants aux études (%)	8,2	7,7	7,5
Printing (5746)			
Personnes diplômées (N) / Répondants à la Relance (N)		n.d.	20 / 12
Répondantes et répondants en emploi (%)	77,3	n.d.	41,7
=> À temps plein (%)	88,2	n.d.	80,0
=> En rapport avec la formation (%)	53,3	n.d.	80,0
Taux de chômage (%)	13,6	n.d.	50,0
Répondantes et répondants aux études (%)	9,1	n.d.	0,0

Source : La Relance, MELS.

Types d'emplois occupés et secteurs d'activité

Le tableau 4.36 présente les données sur les types d'emplois occupés par les diplômés du DEP 5246 Imprimerie, promotion 2006-2007. On constate qu'une majorité des diplômés, 71,5 %, occupe l'un ou l'autre des deux emplois visés par le programme de formation, soit 7381 opérateur de presse à imprimer (pressier) et 9471 opérateur de machine à imprimer (pressier, opérateur de presse numérique), soit les mêmes fonctions que le DEC 581.B0 Techniques de l'imprimerie.

Tableau 4.36 – Types d'emplois occupés par les personnes diplômées du DEP 5246 Imprimerie, promotion 2006-2007

Imprimerie (5246) et Printing (5746) Codes CNP et titres des professions		Fréquence	%
7381	Opérateurs de presse à imprimer	15	42,9
9471	Opérateurs de machines à imprimer	10	28,6
9473	Opérateurs de machines à relier et de finition	3	8,6
9619	Autres manœuvres des services de transformation, de fabrication et d'utilité publique	3	8,6
9472	Photogreveurs-clicheurs, photogreveurs-reporters et autre personnel de pré-mise en train	2	5,7
5223	Techniciens en graphisme	1	2,9
7311	Mécaniciens de chantier et mécaniciens industriels	1	2,9
Total:		35	100,0

Source : La Relance, MELS.

Dans ce tableau, seuls les répondants qui sont en emploi sont comptabilisés.

Le tableau 4.37 indique les secteurs d'activité économique des entreprises employant les diplômés du DEP 5246 Imprimerie, promotion 2005-2006. La quasi-totalité (97 %) des diplômés se retrouvent dans un sous-secteur SCIAN qui fait partie des communications graphiques. Très majoritairement, ils œuvrent dans le SCIAN 3231 Impression et activités connexes de soutien (84 %); on compte 6,5 % dans les secteurs 5111 Éditeurs et 3222 Fabrication de produits en papier transformé.

Tableau 4.37 – Secteurs d'activité économique des entreprises employant les personnes diplômées du DEP 5246 Imprimerie, promotion 2005-2006

Imprimerie (5246) Codes SCIAN et secteurs d'activité économique		Fréquence	%
3231	Impression et activités connexes de soutien	26	83,9
3222	Fabrication de produits en papier transformé	2	6,5
5111	Éditeurs de journaux, de périodiques, de livres et de répertoires	2	6,5
3261	Fabrication de produits en plastique	1	3,2
Total:		31	100,0

Source : La Relance, MELS.

Seuls les répondants qui ont un emploi en lien avec la formation sont comptabilisés dans les données du MELS.

4.1.7 DEP Reprographie et façonnage

Présentation générale et objectifs

Le programme d'études DEP 5240 Reprographie et façonnage a été implanté en 2000. Comme l'illustre le tableau 4.38, il s'agit d'un programme de 840 heures. Il est autorisé dans trois établissements à travers le Québec mais offert dans deux d'entre eux.

Tableau 4.38 – Données générales sur le DEP 5240 Reprographie et façonnage

Reprographie et façonnage	
Numéro du programme	5240
Durée de la formation	840 heures
Sanction des études	DEP
Secteur de formation	Communications et documentation (13)
Années d'implantation	2000
Établissements autorisés (3)	
CS des Découvreurs, C.F.P Marie-Rollet	
CS de la Pointe-de-l'Île, C.F.P. Calixa-Lavallée	
CS des Draveurs (non offert)	

Source : site Internet de l'Inforoute FTP.

Le programme vise à acquérir les connaissances, les habiletés et les attitudes nécessaires pour communiquer efficacement avec la clientèle et la conseiller; organiser un travail de production; reproduire des documents en une ou plusieurs couleurs à l'aide de copieur ou copieur-duplicateur, de duplicateur ou de presse numérique; effectuer le façonnage de travaux et s'intégrer rapidement à un centre de reprographie.

Contenu du programme

Le contenu détaillé du programme est présenté au tableau 4.39.

Tableau 4.39 – Contenu du DEP 5240 Reprographie et façonnage

Reprographie et façonnage (5240) Compétences	Durée (heures)
Se situer au regard du métier et de la démarche de formation	15
Appliquer des techniques de façonnage	90
Produire des formulaires	45
Communiquer en milieu de travail	30
Appliquer des techniques de montage	45
Organiser un travail de production	45
Assurer le service à la clientèle	60
Produire des documents simples d'édition	75
Amorcer la pratique du métier	60
Se situer au regard de la gestion intégrale de la qualité	30
Utiliser des moyens de recherche d'emploi	30
Reproduire des copies en quadrichromie	60
Produire des documents commerciaux	75
Produire des documents complexes d'édition	120
S'intégrer au milieu de travail	60
Total:	840

Source : site Internet de l'Inforoute FTP.

Perspectives professionnelles

Les connaissances et les compétences acquises dans ce programme d'études préparent les personnes diplômées à occuper théoriquement les professions suivantes de la Classification nationale des professions (CNP) :

- 9471 Opérateur de machines à imprimer
- 9473 Opérateur de machines à relier et de finition

Inscriptions

Le tableau 4.40 présente les inscriptions en première année au DEP 5240 Reprographie et façonnage de 2003-2004 à 2006-2007. On remarque que le nombre total d'inscriptions est faible chaque année, variant entre 5 et 28.

Tableau 4.40 – Inscriptions en première année au DEP 5240 Reprographie et façonnage, de 2003-2004 à 2006-2007

Reprographie et façonnage	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008
5240	14	22	5	28	n.d

Source : La Relance, MELs.

Placement

Le tableau 4.41 présente la situation des personnes diplômées du DEP 5240 Reprographie et façonnage pour la promotion 2005-2006 (les données ne sont pas disponibles pour les années 2004-2005 et 2006-2007 étant donné le très faible nombre ou l'absence de diplômés). On constate que :

- Le pourcentage de répondants en emploi est élevé, soit 87 %. Très peu de répondants sont aux études (7 %).
- Tous les répondants en emploi occupent un emploi à temps plein, mais 77 % d'entre eux disent qu'ils occupent un emploi en lien avec la formation.
- Le taux de chômage est nul.

Tableau 4.41 – Données sur l'intégration au marché du travail des personnes diplômées du DEP 5240 Reprographie et façonnage, 2004-2005 à 2006-2007

Reprographie et façonnage (5240)	Promotion 2004-2005	Promotion 2005-2006	Promotion 2006-2007	Promotion 2007-2008
Personnes diplômées (N) / Répondants à la Relance (N)	n.d.	19 / 15	n.d.	n.d.
Répondantes et répondants en emploi (%)	n.d.	86,7	n.d.	n.d.
=> À temps plein (%)	n.d.	100,0	n.d.	n.d.
=> En rapport avec la formation (%)	n.d.	76,9	n.d.	n.d.
Taux de chômage (%)	n.d.	0,0	n.d.	n.d.
Répondantes et répondants aux études (%)	n.d.	6,7	n.d.	n.d.

Source : La Relance, MELs.

Types d'emplois occupés et secteurs d'activité

Il n'y a pas de données récentes disponibles sur les types d'emplois occupés par les diplômés du DEP 5240 Reprographie et façonnage.

Le tableau 4.42 indique les secteurs d'activité économique des entreprises employant les diplômés du DEP 5240 Reprographie et façonnage, promotion 2005-2006. Seulement 22 % des diplômés se retrouvent dans un sous-secteur SCIAN qui fait partie des communications graphiques (3231 Impression et activités connexes de soutien). Les autres diplômés sont éparpillés dans six secteurs d'activité divers.

Tableau 4.42 – Secteurs d'activité économique des entreprises employant les personnes diplômées du DEP 5240 Reprographie et façonnage, promotion 2005-2006

Reprographie et façonnage (5240) Codes SCIAN et secteurs d'activité économique		Fréquence	%
3231	Impression et activités connexes de soutien	2	22,2
6113	Universités	2	22,2
	5 autres SCIAN (n=1)	5	55,6
Total:		9	100,0

Source : La Relance, MELS.

Notes : Le nombre de répondants à l'enquête de la relance étant très restreint, il faut prendre avec réserve la représentativité des données.

Dans ce tableau, seuls les répondants qui sont en emploi sont comptabilisés.

4.2 NOTORIÉTÉ ET SATISFACTION FACE À LA FORMATION INITIALE

4.2.1 Notoriété des programmes

Les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises quant à la notoriété des sept programmes de formation initiale en lien avec les communications graphiques (DEP et DEC) sont présentés au tableau 4.43.

Tableau 4.43 – Notoriété des programmes de formation initiale (DEC et DEP) par les 350 entreprises sondées

Programmes de formation initiale (DEC et DEP)	% des entreprises qui connaissent l'existence du programme
DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie	40 %
DEC 570.A0 Graphisme	82 %
DEC 581.A0 Infographie en préimpression	51 %
DEC 581.B0 Techniques de l'impression	37 %
DEP 5221 Procédés infographiques	43 %
DEP 5246 Imprimerie	45 %
DEP 5240 Reprographie et façonnage	13 %

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

Quatre entreprises sondées sur cinq connaissent le programme DEC 570.A0 Graphisme et une entreprise sur deux connaît le programme DEC 581.A0 Infographie en préimpression. Les autres programmes sont généralement moins connus des entreprises : seulement deux sur cinq connaissent les programmes DEC 581.08, Techniques de gestion de l'imprimerie DEC 581.B0, et Techniques de l'impression DEP 5221 Procédés infographiques, et le programme DEP 5240 Reprographie et façonnage est très peu connu (13 %).

On observe peu de différence notable dans la notoriété des programmes selon la taille de l'entreprise ou son sous-secteur d'activité (code SCIAN). De façon générale, les grandes entreprises connaissent un peu plus les programmes de formation initiale que les petites et très petites entreprises, mais l'écart est trop faible pour être statistiquement significatif.

4.2.2 Embauche des personnes diplômées

Le tableau 4.44 présente les résultats de l'embauche, depuis trois ans, de personnes diplômées des programmes de formation initiale (DEP et DEC). Pour chaque programme de formation initiale, on a établi le nombre d'entreprises sondées qui connaissent le programme et le pourcentage de ces dernières qui ont embauché un diplômé.

Tableau 4.44 – Embauche, depuis trois ans, de diplômés des programmes de formation initiale (DEC et DEP) par les entreprises sondées qui connaissent ces programmes

Programmes de formation initiale (DEC et DEP)	Entreprises qui connaissent les programmes		Entreprises qui ont embauché des diplômés (n=350)	
	N	% ayant embauché des diplômés	N	%
DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie	139	16 %	22	6 %
DEC 570.A0 Graphisme	287	39 %	112	32 %
DEC 581.A0 Infographie en préimpression	177	21 %	37	11 %
DEC 581.B0 Techniques de l'impression	130	10 %	13	4 %
DEP 5221 Procédés infographiques	149	33 %	49	14 %
DEP 5246 Imprimerie	159	18 %	29	8 %
DEP 5240 Reprographie et façonnage	45	4 %	2	1 %

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

Deux fois sur cinq, les entreprises sondées qui connaissaient les programmes ont embauché un diplômé du DEC 570.A0 Graphisme et une fois sur trois un diplômé du DEP 5221 Procédés infographiques alors que, dans le cas des programmes DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie, DEC 581.A0 Infographie en préimpression puis DEP 5246 Imprimerie, une entreprise sur cinq a embauché des diplômés; enfin, les entreprises n'ont pas embauché de diplômé (ou si peu) du DEP 5240 Reprographie et façonnage.

En extrapolant les résultats des entreprises qui connaissent les programmes d'études aux 350 entreprises sondées, on obtient un estimé du nombre de diplômés embauchés par les entreprises de l'enquête.

Au cours des trois dernières années, les entreprises ont peu embauché de diplômés des programmes de formation initiale, sauf dans le cas DEC 570.A0 Graphisme où, une sur trois a embauché un diplômé du programme. C'est d'ailleurs le programme que les entreprises connaissent le plus. Dans le cas des autres programmes d'études, à peine une entreprise sur dix a embauché un diplômé.

Entreprises qui embauchent les diplômés

D'autres résultats intéressants ont émergé de l'enquête quant aux principales entreprises qui embauchent; il a été possible de les caractériser selon leur code SCIAN et leur nombre d'employés

- Les diplômés du DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie ont surtout été embauchés par des entreprises de l'édition du code SCIAN 5111 (55 %). Ces diplômés ont alors intégré le marché du travail dans des entreprises comptant 50 à 99 employés (38 %) et 100 employés et plus (33 %).
- Les diplômés du DEC 570.A0 Graphisme ont surtout été embauchés par des entreprises de l'édition du code SCIAN 5111 (50 %) et les entreprises des services de design graphique du code SCIAN 54143 (52 %). Les entreprises qui ont embauché ces diplômés sont de toutes les tailles.
- Les diplômés du DEC 581.A0 Infographie en préimpression ont surtout été embauchés par des entreprises de la fabrication du papier transformé du code SCIAN 3222 (33 %), de l'édition du code SCIAN 5111 (50 %) et des centres de services du code SCIAN 56143. (33 %). Les entreprises qui ont embauché ces diplômés sont de toutes les tailles.
- Les diplômés du DEC 581.B0 Techniques de l'impression ont surtout été embauchés par des entreprises de la fabrication du papier transformé du code SCIAN 3222 (20 %) et des centres de services du code SCIAN 56143 (18 %). Ces diplômés ont alors intégré le marché du travail dans des entreprises comptant 50 à 99 employés (29 %) et 100 employés et plus (29 %).
- Les diplômés du DEP 5221 Procédés infographiques ont surtout été embauchés par des entreprises de l'édition du code SCIAN 5111 (50 %) et les entreprises des services de design graphique du code SCIAN 54143 (40 %). Ces diplômés ont alors intégré le marché du travail dans des entreprises comptant 20 à 49 employés (39 %), de 50 à 99 employés (58 %) et 100 employés et plus (40 %)
- Les diplômés du DEP 5246 Imprimerie ont surtout été embauchés par des entreprises de la fabrication du papier transformé du code SCIAN 3222 (30 %), des entreprises d'imprimerie et activités connexes de soutien du code SCIAN 3231 (20 %). Ces diplômés ont intégré le marché du travail dans des entreprises comptant 50 à 99 employés (38 %) et 100 employés et plus (47 %).

4.2.3 Satisfaction des employeurs et adéquation aux besoins du marché du travail

Le tableau 4.45 présente des résultats de l'enquête auprès d'entreprises qui ont embauché des personnes diplômées sur leur satisfaction relativement aux programmes de formation initiale.

Tableau 4.45 – Satisfaction des entreprises sondées, qui ont embauché des diplômés, face aux programmes de formation initiale (DEC et DEP)

Programmes de formation initiale (DEC et DEP)	N	Très satisfait	Plutôt satisfait	Plutôt insatisfait	Très insatisfait	NSP
DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie	22	32 %	55 %	9 %	0 %	5 %
DEC 570.A0 Graphisme	112	32 %	52 %	10 %	3 %	4 %
DEC 581.A0 Infographie en préimpression	38	39 %	45 %	5 %	0 %	11 %
DEC 581.B0 Techniques de l'impression	13	31 %	46 %	15 %	0 %	8 %
DEP 5221 Procédés infographiques	49	37 %	49 %	8 %	2 %	4 %
DEP 5246 Imprimerie	28	29 %	54 %	11 %	0 %	7 %
DEP 5240 Reprographie et façonnage	2	0 %	100 %	0 %	0 %	0 %

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

Sauf pour le DEC 570.A0 Graphisme, comme on le constate dans le tableau 4.46, très peu d'entreprises sondées ont embauché des diplômés des programmes DEC et DEP au cours des trois dernières années. Mais celles qui embauchent des diplômés des différents programmes de formation initiale sont très satisfaites et plutôt satisfaites (de 77 % à 100 % selon le programme d'études). Ainsi, en général, au moins quatre entreprises sondées sur cinq qui embauchent des diplômés se disent satisfaites des programmes.

Les lignes qui suivent résument les principaux commentaires qualitatifs exprimés par les entreprises sondées qui ont évalué les programmes de formation initiale. Pour chaque programme, nous faisons état des éléments de satisfaction, des éléments d'insatisfaction et des recommandations d'amélioration. *Les commentaires sont souvent répétés par les entreprises; ils sont présentés par ordre d'importance numérique.*

DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie

Éléments de satisfaction

- La formation est excellente dans son ensemble, les étudiants acquièrent de très bonnes connaissances et compétences en gestion de l'imprimerie (50 %).
- L'aspect technique de la formation (étapes de production, procédés d'impression) est excellent (18 %).
- Le programme forme des personnes polyvalentes, qui ont une bonne capacité d'adaptation, de l'initiative, elles sont débrouillardes, motivées et capables de trouver des solutions (10 %).
- Les finissants ont développé une rapidité de compréhension, une bonne capacité d'apprentissage (9 %).

- Le programme est bien adapté au marché du travail, il prépare bien les finissants aux réalités du marché du travail (5 %).
- Les finissants comprennent bien le langage de l'imprimerie (5 %).

Éléments d'insatisfaction

Note préalable : très peu de commentaires ont été émis étant donné la grande satisfaction des répondants.

- Les finissants ne sont pas suffisamment bilingues, la qualité de l'anglais laisse à désirer.
- Les finissants manquent de pratique, les stages sont trop courts.
- Les cours sont trop généraux, pas assez spécialisés; le contenu technique n'est pas assez approfondi.

Recommandations d'amélioration

- Avoir plus de stages, accroître la durée des stages, faire en sorte que les étudiants aient plus de pratique.
- Améliorer la connaissance de l'Anglais des étudiants.

Adéquation

Les entreprises qui connaissent le programme s'en disent satisfaites ou très satisfaites (86 %). Selon les commentaires relevés, le programme semble répondre à leurs besoins en termes de connaissances et de compétences.

DEC 570.A0 Graphisme

Éléments de satisfaction

- Les étudiants acquièrent de très bonnes connaissances en informatique, particulièrement sur les logiciels en graphisme (27 %).
- C'est une excellente formation dans son ensemble, les étudiants acquièrent de solides connaissances et compétences en graphisme (22 %).
- Le programme forme des personnes polyvalentes, qui ont une bonne capacité d'adaptation, de l'initiative, elles sont débrouillardes, motivées, capables de trouver des solutions (10 %).
- L'aspect technique de la formation (procédés d'impression, couleurs) est solide (9 %).
- Le programme est bien adapté au marché du travail, il prépare bien les finissants aux réalités du marché du travail (6 %).
- Le programme forme des personnes imaginatives, créatives, développe leur sens artistique (6 %).
- Les étudiants acquièrent de bonnes connaissances sur la machinerie, l'équipement, les nouvelles technologies (4 %).

Éléments d'insatisfaction

- Les finissants ne sont pas assez préparés pour le marché du travail, ils manquent de pratique; les stages sont trop courts, les finissants ont de la difficulté à appliquer ce qu'ils ont appris.
- Le programme manque de contenu technique sur les aspects suivants : sérigraphie, couleurs.
- Les finissants ont de grosses lacunes en français écrit.
- Les finissants ont des attentes salariales trop élevées.

Recommandations d'amélioration

- Avoir plus de stages, accroître la durée des stages, faire en sorte que les étudiants aient plus de pratique.
- Mieux préparer les finissants aux réalités du marché du travail, notamment les salaires.
- Améliorer la qualité du français écrit des étudiants.
- Enrichir l'aspect marketing, communication et service à la clientèle.
- Améliorer le volet numérique (logiciels, nouvelles technologies, équipements numérisés).
- Développer davantage la créativité, le sens artistique de l'étudiant.

Adéquation

Les entreprises qui connaissent le programme s'en disent satisfaites ou très satisfaites (84 %). Selon les commentaires relevés, le programme semble répondre à leurs besoins en termes de connaissances informatiques et de logiciels et de compétences en graphisme.

DEC 581.A0 Infographie en préimpression*Éléments de satisfaction*

- La formation est excellente dans son ensemble, les étudiants acquièrent de très bonnes connaissances et compétences en infographie (21 %).
- Les étudiants acquièrent de très bonnes connaissances en informatique, particulièrement sur les logiciels en infographie (18 %).
- Le programme est bien adapté au marché du travail, il prépare bien les finissants aux réalités du marché du travail (8 %).
- Le programme forme des personnes polyvalentes, qui ont une bonne capacité d'adaptation, de l'initiative, débrouillardes, motivées, aptes à trouver des solutions (8 %).
- Le programme forme des personnes imaginatives, créatives, développe leur sens artistique (4 %).
- Les étudiants acquièrent de bonnes connaissances sur la machinerie, l'équipement, les nouvelles technologies (4 %).
- Les finissants ont développé une rapidité de compréhension, une bonne capacité d'apprentissage (4 %).

- Les finissants comprennent bien le langage de l'imprimerie (4 %).

Éléments d'insatisfaction

Note préalable : très peu de commentaires ont été émis étant donné la grande satisfaction des répondants.

- Les cours sont trop généraux, pas assez spécialisés; le contenu technique n'est pas assez approfondi.
- Les connaissances acquises en informatique et sur les logiciels en infographie ne sont pas à jour.
- Les finissants manquent de pratique, les stages sont trop courts.
- Les connaissances sur la machinerie, l'équipement et les nouvelles technologies ne sont pas assez approfondies.
- Les finissants ne sont pas productifs.

Recommandations d'amélioration

- Avoir plus de stages, accroître la durée des stages, faire en sorte que les étudiants aient plus de pratique.
- Augmenter la durée du programme, approfondir la formation, la spécialiser davantage.
- Mieux préparer les finissants aux réalités du marché du travail, notamment les salaires.
- Faire en sorte que les connaissances transmises sur la machinerie, l'équipement, l'informatique et les logiciels soient à jour.

Adéquation

Les entreprises qui connaissent le programme s'en disent satisfaites ou très satisfaites (84 %). Selon les commentaires relevés, le programme semble répondre à leurs besoins en termes de connaissances et de compétences en infographie. Les étudiants acquièrent de bonnes connaissances en informatique, particulièrement sur les logiciels en infographie.

DEC 581.B0 Techniques de l'impression

Note préalable : très peu de commentaires ont été émis vu le nombre restreint d'entreprises qui ont embauché des finissants.

Éléments de satisfaction

- C'est une excellente formation dans son ensemble, les étudiants acquièrent de solides connaissances et compétences en impression.
- Les étudiants acquièrent de bonnes connaissances sur la machinerie, l'équipement, les nouvelles technologies.
- Les finissants ont développé une rapidité de compréhension, une bonne capacité d'apprentissage.
- Les finissants font preuve d'une capacité rapide d'intégration aux équipes de travail.

Éléments d'insatisfaction

- Les finissants ne sont pas suffisamment bilingues, leur niveau de qualité de l'anglais laisse à désirer.
- Les finissants ne sont pas assez préparés au marché du travail, ils manquent de pratique; les stages sont trop courts, les finissants ont de la difficulté à appliquer ce qu'ils ont appris.
- Les cours sont trop généraux, pas assez spécialisés; le contenu technique n'est pas assez approfondi.
- Les connaissances sur la machinerie, l'équipement et les nouvelles technologies ne sont pas assez approfondies.

Recommandations d'amélioration

- Avoir plus de stages, accroître la durée des stages, faire en sorte que les étudiants aient plus de pratique.
- Faire en sorte que les connaissances transmises sur la machinerie, l'équipement et l'informatique soient à jour.
- Améliorer la connaissance de l'anglais des étudiants.

Adéquation

Les entreprises qui connaissent le programme s'en disent satisfaites ou très satisfaites (77 %). Selon les commentaires relevés, le programme semble répondre à leurs besoins en termes de connaissances en imprimerie. Les entreprises mentionnent des faiblesses quant à l'utilisation de la machinerie, l'équipement et les nouvelles technologies.

DEP 5221 Procédés infographiques*Éléments de satisfaction*

- Les étudiants acquièrent de très bonnes connaissances en informatique, particulièrement sur les logiciels en infographie (22 %).
- L'aspect technique de la formation (étapes de production, procédés, couleurs) est très approfondi (20 %).
- C'est une excellente formation dans son ensemble, les étudiants acquièrent de solides connaissances et compétences en procédés infographiques (18 %).
- Le programme est bien adapté au marché du travail, il prépare bien les finissants aux réalités du marché du travail (10 %).
- Le programme forme des personnes polyvalentes, qui ont une bonne capacité d'adaptation, de l'initiative, débrouillardes, motivées, aptes à trouver des solutions (8 %).
- Les étudiants acquièrent de bonnes connaissances sur la machinerie, l'équipement, les nouvelles technologies (6 %).
- Le programme forme des personnes imaginatives, créatives, développe leur sens artistique (4 %).

Éléments d'insatisfaction

Note préalable : très peu de commentaires ont été émis étant donné la grande satisfaction des répondants.

- Les finissants ne sont pas assez préparés au marché du travail, ils manquent de pratique; les stages sont trop courts, les finissants ont de la difficulté à appliquer ce qu'ils ont appris.
- Les cours sont trop généraux, pas assez spécialisés; le contenu technique n'est pas assez approfondi.
- Les finissants ont des lacunes en français écrit.
- Les finissants manquent de productivité.
- Les finissants manquent de créativité, d'imagination, de sens artistique.

Recommandations d'amélioration

- Avoir plus de stages, accroître la durée des stages, faire en sorte que les étudiants aient plus de pratique.
- Améliorer le volet numérique (logiciels, nouvelles technologies, équipements numérisés), faire en sorte que le contenu soit à jour.
- Enrichir l'aspect gestion de couleurs.
- Enrichir l'aspect gestion de la qualité et normes de qualité.
- Enrichir l'aspect service à la clientèle.

Adéquation

Les entreprises qui connaissent le programme s'en disent satisfaites ou très satisfaites (86 %). Selon les commentaires relevés, le programme semble répondre à leurs besoins en termes de connaissances des logiciels infographiques. L'aspect technique de la formation (étapes de production, procédés, couleurs) est approfondi et les étudiants acquièrent de bonnes compétences en procédés infographiques.

DEP 5246 Imprimerie*Éléments de satisfaction*

- La formation est excellente dans son ensemble, les étudiants acquièrent de très bonnes connaissances et compétences en imprimerie (43 %).
- Les finissants ont développé une rapidité de compréhension, une bonne capacité d'apprentissage (7 %).
- Le programme est bien adapté au marché du travail, il prépare bien les finissants aux réalités du marché du travail (7 %).
- L'aspect technique de la formation (chaîne de production, procédés, couleurs) est excellent (7 %).
- Les étudiants acquièrent de très bonnes connaissances en informatique et sur les logiciels en imprimerie (4 %).
- Les étudiants acquièrent de très bonnes connaissances de la machinerie, l'équipement, les nouvelles technologies (4 %).

- Le programme forme des personnes polyvalentes, qui ont une bonne capacité d'adaptation, de l'initiative, débrouillardes, motivées, aptes à trouver des solutions (4 %).
- Les finissants comprennent bien le langage de l'imprimerie (4 %).

Éléments d'insatisfaction

Note préalable : très peu de commentaires ont été émis étant donné la grande satisfaction des répondants.

- Les finissants ne sont pas assez préparés au marché du travail, ils manquent de pratique; les stages sont trop courts, les finissants ont de la difficulté à appliquer ce qu'ils ont appris.
- Les cours sont trop généraux, pas assez spécialisés; le contenu technique n'est pas assez approfondi.
- Les connaissances sur la machinerie, l'équipement et les nouvelles technologies ne sont pas assez approfondies.

Recommandations d'amélioration

- Avoir plus de stages, accroître la durée des stages, faire en sorte que les étudiants aient plus de pratique.
- Faire en sorte que les connaissances transmises sur la machinerie, l'équipement et l'informatique soient à jour.
- Enrichir l'aspect gestion de la qualité et normes de qualité.
- Enrichir l'aspect finition-reliure.
- Enrichir l'aspect service à la clientèle.

Adéquation

Les entreprises qui connaissent le programme s'en disent satisfaites ou très satisfaites (83 %). Selon les commentaires relevés, le programme semble répondre à leurs besoins en termes de connaissances et compétences en imprimerie, des connaissances de la machinerie et de l'équipement utilisés.

DEP 5240 Reprographie et façonnage

Étant donné la quasi absence d'entreprises sondées (seulement deux) qui ont embauché des diplômés de ce programme, pratiquement aucun commentaire qualitatif n'a été formulé, sauf deux éléments de satisfaction.

Éléments de satisfaction

- La formation est excellente dans son ensemble, les étudiants acquièrent de très bonnes connaissances et compétences en reprographie.
- Le programme est bien adapté au marché du travail, il prépare bien les finissants aux réalités du marché du travail.

Adéquation

On ne peut se prononcer sur ce thème étant donné la quasi absence d'entreprises sondées qui ont embauché des diplômés.

4.3 AUTRES PROGRAMMES DE FORMATION INITIALE ET CONTINUE

Cette section présente une très courte description des programmes de formation continue qui ont un lien avec l'une ou l'autre des fonctions de travail analysées au chapitre précédent.

4.3.1 Programmes universitaires

On retrouve deux diplômes universitaires offerts dans le domaine du graphisme : le BAC en design graphique et le Certificat en production industrielle - Communications graphiques.

BAC en design graphique (incluant le DEC-BAC en design graphique)

Trois universités offrent des formations de niveau baccalauréat en design graphique (Université Concordia, Université du Québec à Montréal et Université Laval). Ce programme forme des designers graphiques qui travailleront dans les domaines de la création graphique, allant de l'identité visuelle à l'illustration et de l'imprimé au multimédia. Il se distingue de la formation collégiale par l'importance qu'il accorde à la conception et à la création.

La formation universitaire en design graphique permet d'exercer des professions telles : affichiste, artiste publicitaire, designer graphique, concepteur graphique ou publicitaire, graphiste, infographiste, illustrateur, concepteur idéateur de produits multimédias et concepteur de pages Web. Éventuellement, les diplômés peuvent occuper des postes de : directeur artistique, chargé de projets (graphisme), directeur de publicité, dirigeant d'un studio de graphisme, d'une agence de publicité ou d'une agence de multimédia.

Certificat en production industrielle - Communications graphiques

Ce certificat est une formation professionnelle universitaire de premier cycle sanctionnée par un diplôme de l'École de technologie supérieure qui offre au personnel travaillant dans le domaine de la production en communications graphiques la possibilité d'acquérir des connaissances et de développer des habiletés qui lui permettront d'utiliser les technologies nouvelles, en plus des méthodes et des techniques classiques en gestion de la production.

Cette formation permet d'occuper des fonctions techniques et administratives dans le domaine de la production en communications graphiques au sein d'entreprises et d'organismes privés et publics.

4.3.2 Attestations d'études collégiales

Les AEC proposées dans le domaine des communications graphiques permettent d'améliorer les compétences des personnes dans quatre domaines d'emplois en communications graphiques : l'administration et le service à la clientèle, la conception, la préimpression et l'impression.

Voici les principales AEC qui ont été relevées dans le secteur des communications graphiques accompagnées des noms des cégeps et collèges qui les offrent. Elles ne sont pas nécessairement actives actuellement.

Administration et service à la clientèle

AEC Chargé de projets de travaux d'imprimerie Impression offset (Collège Ahuntsic)

Conception

AEC Design d'édition (Académie des arts graphiques)
 AEC Design de communication publicitaire (Académie des arts graphiques)
 AEC Concepteur infographiste (Collège Salette)
 AEC graphisme (Collège Ahuntsic)
 AEC Techniques en graphisme (Cégep du Vieux-Montréal)
 AEC Graphisme numérique (Cégep de Trois-Rivières)
 AEC Production de pages WEB (graphisme) (Collège Ahuntsic)

Préimpression

AEC Infographie appliquée à l'imprimerie Collège Ahuntsic)
 AEC Publication électronique (Collège Ahuntsic)
 AEC Design infographique (Collège Ahuntsic)
 AEC Techniques d'infographie (Cégep de Sainte-Foy)

Impression

AEC Impression offset (Collège Ahuntsic)
 AEC Techniques d'impression flexographique (Collège Ahuntsic)

4.4 PROGRAMMES OFFERTS EN INSTITUTIONS

4.4.1 Institut des communications graphiques du Québec

L'Institut des communications graphiques du Québec se définit, dans sa mission, comme suit : un centre intégré d'innovation et d'expertise de calibre mondial qui supporte de manière proactive l'industrie des communications graphiques, ses partenaires et leurs employés dans leur évolution technologique et commerciale.

Le foisonnement de nouvelles technologies a provoqué un besoin urgent d'étendre et d'actualiser les connaissances des entreprises reliées aux communications graphiques. L'ICGQ répond à leurs besoins de formation avec une offre diversifiée de cours spécialisés, soit sur mesure soit en sessions publiques. Des séminaires en sessions publiques sont offerts périodiquement et regroupent un nombre limité de personnes afin de favoriser les apprentissages. Les thèmes abordés couvrent l'ensemble de la chaîne graphique.

On présente, dans la liste qui suit, les programmes complémentaires de l'ICGQ selon quatre grands thèmes :

- Communications graphiques
- Prémédia et Internet
- Impression
- Gestion

Programmes de perfectionnement ou formation complémentaire de l'Institut des communications graphiques (ICGQ)

Communications graphiques

Chaîne graphique
Gestion et direction artistique
Techniques de créativité
Graphisme et communication visuelle
De la création à l'impression : les incontournables

Prémédia et internet

Introduction à la suite récréative
Quark express 7
Adobe design, illustrator, photoshop CS2
Gestion des PDF en prepress Adobe Acrobat 7 Pro
Création de site Web avec Dreamweaver MX
Prépresse 1 : format des fichiers et contrôle en amont

Impression

Opération d'une presse rotative offset
Opération d'une presse à feuilles informatisée avec CP 2000
Impression numérique
Contrôle de la qualité d'impression
Mesure de la couleur
Techniques d'encre offset Niveau 1
Techniques d'encre offset Niveau avancé
Colorsync-Gestion de la couleur ICC
Contrôle informatisé de la qualité des couleurs
Encres, papiers et solution de mouillage
Impression d'emballages et bases en flexographie
Perfectionnement en flexographie
Spectrophotométrie avec X-Rite

Gestion

Optimisation du temps
Le client ça concerne tout le monde
Amélioration de la productivité
Vendeur proactif
Gestion de projets
Communication interpersonnelle
Formation et coaching en milieu de travail

4.5 PROGRAMMES D'APPRENTISSAGE EN MILIEU DE TRAVAIL

4.5.1 Présentation

Les programmes d'apprentissage en milieu de travail (PAMT) sont conçus par le comité sectoriel de main-d'œuvre de concertation avec l'industrie et s'adressent à l'ensemble des entreprises et travailleurs du secteur des communications graphiques. L'approche est celle du compagnonnage : un travailleur expérimenté transmet à un apprenti le savoir-faire nécessaire à la maîtrise de son métier.

Six PAMT sont offerts aux entreprises des communications graphiques pour former des apprentis dans 19 métiers différents, soit :

- Pressier sur presse offset (4 couleurs et 2 couleurs)
- Pressier sur presse offset rotative (formules d'affaires, produits commerciaux, journaux)
- Pressier sur presse flexographique (carton ondulé, étiquettes, emballage)
- Pressier sur presse sérigraphique (artisanale et industrielle)
- Opérateur d'équipement de finition-reliure (massicot, plieuse, thermorelieuse, encarteuse/piqueuse)
- Opérateur d'équipement de procédés complémentaires (presse à découper, presse à estamper, presse à gaufrer, plieuse/colleuse, lamineuse)

Un programme d'apprentissage en milieu de travail permet la reconnaissance officielle des compétences acquises en milieu de travail. Il s'agit d'une solution de formation avantageuse, aussi bien pour les entreprises que pour les travailleurs.

Pour les travailleurs

Un PAMT permet aux travailleurs de suivre une formation parfaitement adaptée à leurs besoins; d'acquérir des compétences tout en travaillant; de recevoir une reconnaissance.

Pour les entreprises

Un PAMT offre aux entreprises la possibilité de former la main-d'œuvre en fonction des équipements de l'entreprise; de mettre à profit l'expérience des travailleurs qualifiés; de bâtir une relève compétente au sein du personnel; d'améliorer la productivité de l'entreprise pour qu'elle soit plus concurrentielle; d'obtenir un crédit d'impôt pouvant atteindre jusqu'à 9 000 \$ par apprenti, par année d'implantation.

4.5.2 Notoriété et satisfaction face aux PAMT

Les quelques entreprises interrogées en groupe de discussion qui ont utilisé la formule des PAMT pour améliorer les compétences de leurs employés s'en montrent très satisfaites. Elles mentionnent que ces formations permettent aux aides (aide-pressier ou aide général) qui n'ont pas de formation initiale dans les métiers des communications graphiques d'apprendre

divers métiers, surtout ceux de l'impression (pressier), de la finition reliure et des procédés complémentaires. Environ un tiers des entreprises interrogées avaient expérimenté les PAMT, et elles étaient très satisfaites tant des conditions de mise en œuvre (dans l'entreprise elle-même) que du soutien financier d'Emploi-Québec.

Les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises quant à la notoriété des PAMT, leur utilisation et la satisfaction sont présentés au tableau 4.46.

Tableau 4.46 – Notoriété, utilisation et satisfaction face aux PAMT dans les 350 entreprises sondées

Notoriété des PAMT	Utilisation des PAMT	Satisfaction face aux PAMT	
40 % des entreprises sont au courant de l'existence des PAMT	Parmi celles qui connaissent les PAMT, 32 % des entreprises, soit 45, ont déjà utilisé un PAMT pour la formation de certains de leurs employés	Très satisfait	47 %
		Plutôt satisfait	38 %
		Plutôt insatisfait	11 %
		Très insatisfait	4 %
60 % dans le SCIAN 3222 48 % dans le SCIAN 3231	Entre 30 % et 38 % selon le code SCIAN, mais 9 % dans le SCIAN 54143	Pas de différence selon le code SCIAN	
Pas de différence selon la taille de l'entreprise	Faible utilisation dans les entreprises de moins de 5 employés (16 %) Plus forte utilisation dans les entreprises de 50 à 99 employés (50 %) et celles de 100 employés et plus (44 %)	Pas de différence selon la taille de l'entreprise	

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

Deux entreprises sur cinq connaissent relativement bien l'existence des PAMT, tout au moins de façon comparable aux programmes de formation initiale et même plus que la plupart d'entre eux (voir tableau 4.43).

Dans le cas des entreprises de l'impression et des activités connexes de soutien, près de la moitié connaissent les PAMT. La notoriété des PAMT est très élevée dans les entreprises de fabrication de produits en papier transformé : en effet, trois entreprises sur cinq disent connaître leur existence (ces entreprises utilisent beaucoup le procédé d'impression flexographie et les procédés complémentaires). Le tiers des entreprises qui connaissent les PAMT les ont déjà utilisés pour former leurs employés et 85 % s'en disent satisfaits.

Les lignes qui suivent résument les principaux commentaires qualitatifs exprimés par les entreprises sondées qui ont évalué les PAMT. *Les commentaires sont souvent répétés par les entreprises; ils sont présentés par ordre d'importance numérique.*

Éléments de satisfaction

- La formation est excellente dans son ensemble, les étudiants acquièrent de très bonnes compétences et connaissances pratiques.
- Le programme est complet et très bien structuré.

- Le concept d'apprentissage en milieu de travail fait en sorte que les étudiants ont développé une capacité d'apprentissage et de compréhension supérieure.
- Le programme est très bien adapté aux besoins des entreprises.
- Les étudiants acquièrent de très bonnes connaissances sur la machinerie, l'équipement, les nouvelles technologies (4 %).

Éléments d'insatisfaction

Note préalable : très peu de commentaires ont été émis étant donné la grande satisfaction des répondants.

- Le programme n'est pas assez long. On pourrait approfondir davantage le contenu technique, notamment l'informatique et les logiciels.

Recommandations d'amélioration

- Accroître la durée du programme.

4.6 ATTESTATION DE FORMATION DE IMPRIME-EMPLOI

Les personnes sans emploi de 18 ans et plus qui sont bénéficiaires du Programme d'assistance-emploi ou de l'assurance-emploi et qui ne suivent aucun programme d'études ont accès à un programme d'insertion à l'emploi offert par Imprime-Emploi. Cette entreprise d'insertion sans but lucratif fournit aux personnes visées l'occasion d'acquérir une formation pertinente et une expérience d'emploi dans le secteur de l'imprimerie. Au terme du programme, l'entreprise émet une attestation de formation en imprimerie Reliure/Finition/Copies numériques.

Dans les entrevues individuelles, les employeurs qui embauchent des employés détenant cette attestation se disent satisfaits de la formation qui vise surtout les métiers de finition-reliure.

4.7 FORMATION INTERNE

4.7.1 Plan de formation

Les groupes de discussion révèlent, sans surprise, que les grandes entreprises ont généralement un plan de formation qui s'intègre dans un processus formel de formation interne. Plusieurs moyennes entreprises ont également un plan de formation. Par contre, les processus formels de formation sont très peu présents dans la petite et la micro entreprise.

Les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises, quant à l'existence d'un plan de formation structuré, corroborent les commentaires issus des groupes de discussion. Ces résultats sont présentés au tableau 4.47.

Tableau 4.47 – Existence d'un plan de formation structuré

Pas de plan de formation structuré	57 %
Un plan pour des formations de base seulement (ex., secourisme, SIMDUT)	21 %
Un plan et un registre de formation pour l'ensemble des formations	20 %
Ne sait pas / Refus de répondre	2 %

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

Dans 57 % des entreprises, il n'y a pas de plan de formation structuré et, dans une entreprise sur cinq, le plan se limite à des formations de base (secourisme, santé et sécurité), formations qui sont généralement obligatoires. On retrouve un plan de formation complet, avec registre de formation, dans seulement une entreprise sur cinq. Plus la taille de l'entreprise s'accroît, plus on retrouve un plan de formation structuré : 80 % des entreprises de moins de 5 employés n'ont pas de plan de formation, contre 17 % des entreprises de 100 employés et plus. Inversement, 4 % des entreprises de moins de 5 employés ont un plan de formation complet avec registre, contre 55 % des entreprises de 100 employés et plus.

4.7.2 Formations données par les entreprises

Les groupes de discussion et les entrevues individuelles ont permis d'établir que, même si beaucoup d'entreprises n'ont pas de plan de formation formel, il se donne beaucoup de formation interne. Le tableau 4.48 présente une synthèse des principales formations données. On constate la variété des formations offertes aux employés, surtout l'entraînement à la tâche, les bonnes pratiques industrielles, la santé et sécurité au travail et SIMDUT (système d'information sur les matières dangereuses utilisées au travail).

Tableau 4.48 – Formations internes données par les entreprises (groupes de discussion et entrevues individuelles)

Type de formation	Métiers visés	Moment (début ou en cours d'emploi)	Lieu (entreprise ou extérieur)	Durée moyenne
Entraînement à la tâche	Tous les métiers	Au début	En entreprise	Deux mois en moyenne
Entraînement sur nouvel équipement	Opérateurs	En cours d'emploi	Par une firme extérieure	Quelques jours
Santé et sécurité au travail	Tous les métiers	En cours d'emploi	Sur les lieux de travail	1 jour
Bonnes pratiques environnementales	Tous les métiers	Au début	En entreprise	Quelques heures
Cadenassage	Superviseurs, opérateurs	En cours d'emploi	Sur les lieux de travail	Quelques heures
SIMDUT	Ceux qui manipulent des matières dangereuses	En cours d'emploi	À l'extérieur ou en entreprise	1 jour

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

Par ailleurs, le tableau 4.49 présente les résultats de l'enquête auprès de 350 entreprises quant aux formations internes qu'elles donnent à leurs employés.

Tableau 4.49 – Formations internes données par les entreprises ayant répondu au sondage

Types ou thèmes de formation	Aucune formation donnée	Formation donnée à quelques employés	Formation donnée à la majorité des employés	Ne sait pas/ refus de répondre
	%	%	%	%
Entraînement à la tâche	55	20	23	2
Procédés d'impression	63	25	11	2
Utilisation des presses	69	21	8	2
Utilisation d'équipement de finition et de reliure	69	21	8	2
Informatique et logiciels utilisés pour les opérations	47	30	21	1
Résolution de problèmes	69	19	11	1
Gestion des couleurs	68	21	9	2
Santé et sécurité au travail	53	19	28	1

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

Il se donne assez peu de formation interne dans les entreprises sondées. En effet, selon les types de formation, sauf trois exceptions, autour des deux tiers des entreprises ne donnent aucune formation. Les types de formation internes les plus courantes sont : l'informatique et les logiciels utilisés pour les opérations (51 %), la santé et la sécurité au travail (47 %) et l'entraînement à la tâche (43 %). Ces trois thèmes sont l'objet des formations les plus souvent données à la majorité des employés. Enfin, tous les types de formations sont donnés à peu près de façon équivalente à quelques employés, surtout l'informatique et les logiciels utilisés pour les opérations (30 %) et les procédés d'impression (25 %).

Pour chacun des types ou thèmes de formation présentés au tableau 4.50, on observe toujours un écart très important en fonction de la taille de l'entreprise : plus l'entreprise est grande, plus il se donne de la formation. Dans les micro entreprises, la proportion de celles qui n'ont donné la formation à aucun employé varie entre 73 % et 85 %, selon le thème de formation; même l'entraînement à la tâche n'est pas donné dans 73 % des micro entreprises. À l'opposé, dans les entreprises de 100 employés et plus, la proportion de celles qui n'ont donné la formation à aucun employé varie entre 15 % et 45 %, selon le thème de formation.

Pour presque tous les thèmes de formation, les entreprises du SCIAN 3222 (fabrication de papier transformé) donnent nettement plus de formation que celles des autres sous-secteurs; cela est en bonne partie attribuable au fait qu'il y a proportionnellement plus de moyennes et grandes entreprises dans ce sous-secteur. Soulignons également que les entreprises du SCIAN 56143 (centres de services aux entreprises) donnent également plus de formation que la moyenne, particulièrement l'entraînement à la tâche, les procédés d'impression, l'utilisation d'équipement de finition-reliure et la résolution de problèmes.

4.7.3 Évaluation de la formation par les employés

Les résultats du sondage mené auprès d'employés concernant l'évaluation générale qu'ils font de la formation interne sont présentés au tableau 4.50.

Tableau 4.50 – Évaluation générale de la formation interne par les employés sondés

Paramètres mesurés	Employés syndiqués					Employés non syndiqués				
	1	2	3	4	Moyenne	1	2	3	4	Moyenne
Formation que vous avez reçue depuis que vous êtes dans l'entreprise	9 %	44 %	37 %	9 %	2,47	24 %	59 %	14 %	3 %	1,95
Mon employeur se soucie de tenir à jour mes connaissances par une formation adéquate	7 %	34 %	45 %	14 %	2,67	18 %	56 %	26 %	0 %	2,08
Je considère mes qualifications suffisantes pour bien faire mon travail	41 %	51 %	6 %	1 %	1,68	71 %	29 %	0 %	0 %	1,29
Je suis à l'aise avec les changements technologiques qui surviennent dans mon industrie	36 %	56 %	6 %	1 %	1,73	63 %	32 %	5 %	0 %	1,41

Source : Enquête 2008 de DBSF-DAA Stratégies auprès de 123 employés des communications graphiques.

Note : 1 signifie *très satisfait* ou *tout à fait d'accord* 4 signifie *très insatisfait* ou *tout à fait en désaccord*.

Les données font ressortir une nette différence de satisfaction entre les employés syndiqués et ceux qui ne sont pas syndiqués. Chez les premiers, le taux d'insatisfaction sur les paramètres *Formation que vous avez reçue depuis que vous êtes dans l'entreprise* et *Mon employeur se soucie de tenir à jour mes connaissances par une formation adéquate* atteint respectivement 46 % et 59 %. Chez les seconds, le taux d'insatisfaction pour ces deux mêmes paramètres n'est que de 17 % et 26 %.

Par ailleurs, presque tous les employés sondés, syndiqués ou non, considèrent leurs qualifications suffisantes pour bien faire leur travail et sont à l'aise avec les changements technologiques. Mais les employés non syndiqués se considèrent encore plus qualifiés que les employés syndiqués. On observe, chez les employés syndiqués, un certain paradoxe dans les résultats. D'une part, ils sont relativement insatisfaits de la formation interne reçue, mais d'autre part, ils se considèrent qualifiés et à l'aise avec les changements technologiques.

Les employés syndiqués des groupes de discussion ont également trouvé qu'il y avait peu 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. Soit ils apprennent par essais et erreurs et ils trouvent cela ardu, soit les employés s'entraident et profitent de l'expérience de collègues pour combler les lacunes de formation. Les employés interrogés disent que les formations offertes sur les nouveaux équipements sont trop superficielles et que c'est à l'usage que surviennent les problèmes opérationnels.

Les résultats du sondage auprès d'employés concernant l'évaluation spécifique qu'ils font de certaines formations internes sont présentés au tableau 4.51.

Tableau 4.51 – Évaluation spécifique de certaines formations internes par les employés sondés

Thèmes de formation	Employés syndiqués					Employés non syndiqués				
	1	2	3	4	Moyenne	1	2	3	4	Moyenne
Entraînement à la tâche	9 %	65 %	21 %	5 %	2,22	34 %	55 %	8 %	3 %	1,79
Fonctionnement des équipements	9 %	61 %	29 %	1 %	2,23	10 %	72 %	15 %	3 %	2,10
Entretien des équipements et du matériel de travail	4 %	51 %	37 %	9 %	2,51	22 %	61 %	14 %	3 %	1,97
Ordinateurs et logiciels	15 %	57 %	28 %	0 %	2,13	11 %	57 %	23 %	9 %	2,29
Contrôle de la qualité	6 %	57 %	30 %	7 %	2,39	19 %	58 %	17 %	6 %	2,08
Normes de qualité	4 %	69 %	22 %	5 %	2,29	25 %	58 %	17 %	0 %	1,92
Santé et sécurité au travail	15 %	58 %	18 %	9 %	2,20	26 %	51 %	20 %	3 %	2,00
Résolution de problèmes	3 %	39 %	49 %	9 %	2,63	16 %	47 %	26 %	11 %	2,32

Source : Enquête 2008 de DBSF-DAA Stratégies auprès de 123 employés des communications graphiques.

Note : 1 signifie *très suffisant* 4 signifie *très insuffisant*

Les répondants pour qui un thème de formation ne s'appliquait pas à leur situation ont répondu ne s'applique pas et ne font pas partie des données de ce tableau.

De façon générale, la majorité des répondants (autour de 60 %, à plus ou moins 5 %) considère plutôt suffisante la formation reçue pour la plupart des thèmes mesurés. Chez les employés syndiqués, on remarque quand même un certain niveau d'insatisfaction, entre 26 % et 37 % des répondants (selon le thème) jugeant plutôt ou très insuffisante la formation reçue. Pour deux thèmes, *entretien des équipements et du matériel de travail* et *résolution de problèmes*, l'insatisfaction est plus élevée, 46 % et 58 % des répondants jugeant plutôt ou très insuffisante la formation reçue. Pour tous les thèmes de formation, sauf *ordinateurs et logiciels*, les employés non syndiqués expriment une plus grande satisfaction que les employés syndiqués.

4.8 CHEVAUCEMENTS DANS LES PROGRAMMES D'ÉTUDES

La revue des programmes de formation initiale, soit les DEC et les DEP, a mis en perspective les métiers visés par les programmes. Il arrive que deux programmes ou plus préparent aux mêmes métiers et ils sont à des ordres d'enseignement différents.

Les professions actuellement visées par les programmes d'études sont résumées au tableau 4.52.

Tableau 4.52 – Perspectives professionnelles associées aux programmes de formation initiale

DEC 581.08 Techniques de gestion de l'imprimerie	7218	Surveillant de l'imprimerie
DEC 581.C0 Gestion de projet en communications graphiques	6411	Représentant des ventes non techniques
DEC 570.A0 Graphisme	5223	Technicien en graphisme
DEC 581.A0 Infographie en préimpression	5241	Designer graphique et illustrateur
DEC 581.B0 Techniques de l'impression	1423	Opérateur d'équipement d'édition
DEP 5221 Procédés infographiques	5241	Designer graphique et illustrateur
DEP 5246 Imprimerie	9472	Photographeur-cliqueur-reporter
DEP 5240 Reprographie et façonnage	7381	Opérateur de presse à imprimer
	9471	Opérateur de machine à imprimer
	1423	Opérateur d'équipement d'édition
	5241	Designer graphique et illustrateur
	9472	Photographeur-cliqueur-reporter
	7381	Opérateur de presse à imprimer
	9471	Opérateur de machine à imprimer
	9471	Opérateur de machine à imprimer
	9473	Opérateur de machine à relier et de finition

Source : Analyse 2008 de DBSF-DAA Stratégies.

Relativement à l'ensemble des programmes, on note deux chevauchements.

*DEC 581.A0 Infographie en préimpression et
DEP 5221 Procédés infographiques*

Les deux programmes, le DEC 581.A0 Infographie en préimpression et le DEP 5221 Procédés infographiques, préparent exactement aux mêmes trois métiers, soit :

- 1423 Opérateur d'équipement d'édition et personnel assimilé,
- 5241 Designer graphique et illustrateur,
- 9472 Photographeur-cliqueur, photographeur-reporter et autre personnel de mise en train.

Au tableau 4.53 on reprend la situation des inscriptions en quatre ans pour les deux programmes d'études qui partagent exactement les mêmes perspectives professionnelles.

Les inscriptions sont en baisse de façon continue de 2003-2004 à 2006-2007 dans les deux programmes : de fait une baisse 41 % au collégial (DEC) et une baisse de 35 % au secondaire professionnel (DEP). Par contre, les inscriptions demeurent importantes dans les deux programmes qui sont finalement très fréquentés.

Tableau 4.53 – Comparaison des inscriptions au DEC 581.A0 et DEP 5221

Année des inscriptions	2003-2004	2006-2007
Inscriptions au DEC 581.A0 Infographie en préimpression	362	212
Inscriptions au DEP 5221 Procédés infographiques	1 502	973

Source : site Internet de l'Inforoute FTP.

DEC 581.B0 Techniques de l'impression

DEP 5246 Imprimerie

Les deux programmes, le DEC 581.B0 Techniques de l'impression et le DEP 5246 Imprimerie, préparent exactement aux mêmes deux métiers, soit :

- 7381 Opérateur de presse à imprimer
- 9471 Opérateur de machine à imprimer

Dans le tableau 4.54 on présente la situation des inscriptions en trois ans pour les deux programmes d'études.

De 2003-2004 à 2006-2007, les inscriptions sont en baisse de façon continue dans les deux cas : de fait une baisse 53 % au collégial (DEC) et une baisse de 47 % au secondaire professionnel (DEP).

Tableau 4.54 – Comparaison des inscriptions au DEC 581.B0 et DEP 5246

Année des inscriptions	2003-2004	2006-2007
Inscriptions au DEC 581.B0 Techniques de l'impression	77	36
Inscriptions DEP 5246 Imprimerie	446	235

Source : site Internet de l'Inforoute FTP.

5 DIAGNOSTIC ET ENJEUX

L'analyse effectuée au cours des chapitres précédents permet d'établir un diagnostic du secteur des communications graphiques et d'identifier certains enjeux de développement. Ce chapitre dégage une synthèse des éléments qui nous apparaissent les plus significatifs dans le cadre des objectifs poursuivis par l'étude sectorielle. Nous présentons, tour à tour, les constats généraux, les forces et opportunités, les faiblesses et contraintes, ainsi que les enjeux. Chacune de ces sections est divisée en quatre thèmes :

- le secteur des communications graphiques et son environnement;
- les entreprises du secteur, en particulier la gestion des ressources humaines;
- le développement de la main-d'œuvre, les caractéristiques des métiers analysés;
- la formation de la main-d'œuvre.

5.1 PRINCIPAUX CONSTATS

Le secteur et son environnement

- 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.
- 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 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 les procédés d'impression qu'elles utilisent (lithographie, flexographie, sérigraphie) et par les types d'équipement (presses et équipement de finition ou procédés complémentaires).
- Les fichiers numérisés sont à la base des projets des communications graphiques et le client (ou une agence) est devenu le fournisseur du concept à imprimer.
- 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 communication graphiques. Les trois étapes ont leurs caractéristiques propres, mais le processus de production comme tel suit un cheminement linéaire.

- Le prépresse traditionnel est en décroissance dans les entreprises, cette fonction se déplaçant en partie chez les clients ou dans des agences de service. L'étape de l'impression voit le personnel diminuer au fur à mesure du remplacement des presses par des presses numérisées performantes. Les étapes d'assemblage et de finition s'automatisent de plus en plus.
- 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.
- La lithographie offset à feuilles est le deuxième procédé d'impression le plus important : une entreprise sur deux l'utilise.
- 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.

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 World 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 (87 % et 96 % dans les autres SCIAN) et une entreprise sur cinq est grande ou très grande (entre 0 % et 2 % dans les autres SCIAN).
- Les entreprises qui fabriquent des produits en papier transformé ont toutes (100 %) des activités d'impression, 70 % maintiennent des activités de prépresse, 65 % utilisent des procédés complémentaires, mais seulement 25 % ont des activités de finition-reliure. Enfin, 60 % de ces entreprises utilisent la flexographie.

- 87 % des entreprises du sous-secteur de l'impression et des activités connexes de soutien ont des activités d'impression, 80 % font du prépresse, 75 % font de la finition-reliure et 53 % utilisent des procédés complémentaires. Une grande proportion de ces entreprises utilise l'impression numérique (62 %) et l'impression offset à feuilles (56 %).
- À peine la moitié des entreprises de l'édition imprime, mais 71 % d'entre elles maintiennent des activités de prépresse. Seulement 29 % font de la finition-reliure et 24 % utilisent des procédés complémentaires. On peut émettre l'hypothèse que les entreprises de ce SCIAN produisent de plus en plus sur des supports virtuels.
- 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.

La main-d'œuvre

- Un total de 56 033 personnes occupent un emploi du secteur des communications graphiques, ce qui représente 1,5 % de la main-d'œuvre du Québec. Ces personnes se répartissent ainsi : 47,5 % dans l'imprimerie et des activités connexes de soutien (3231), 20,7 % dans l'édition (5111), 12,6 % dans les services spécialisés de design (5414), 11,9 % dans la fabrication de produits en carton transformé (3222) et 7,3 % dans les services de soutien aux entreprises (5614).
- La main-d'œuvre en communications graphiques est concentrée et surreprésentée à Montréal et dans la Montérégie. Ces deux régions regroupent 50 % des emplois de l'impression et activités connexes de soutien (3231), 56 % des emplois de l'édition (5111) et 63 % des emplois des services spécialisés de design (5414), alors qu'elles comptent 43 % de la main-d'œuvre québécoise.
- Les syndicats ne sont pas présents dans les entreprises de moins de 5 employés et leur présence est faible dans les entreprises de 5 à 19 employés (15 %). Par contre, ils sont très présents dans les entreprises de 50 à 99 employés (68 %) et de 100 employés et plus (80 %). Les syndicats sont surtout présents dans le sous-secteur de la fabrication du papier transformé (SCIAN 3222).
- L'informatisation et la numérisation de l'équipement, et par conséquent des étapes de production, ont transformé le travail des employés. 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.

- La main-d'œuvre qui travaille dans les sous-secteurs manufacturiers du secteur des communications graphiques (produits en papier transformé impression et activités connexes de soutien) a le profil suivant : très majoritairement masculine, travaillant à plein temps, plutôt âgée (principalement entre 45 et 64 ans) et ayant une faible scolarité (19 % des travailleurs n'ont aucun diplôme, 29 % ont un DES).
- La main-d'œuvre des sous-secteurs de l'édition et des services de design graphique se caractérise ainsi : plutôt féminine (52 %), travaillant à temps plein (85 %), d'âge moyen dans l'édition (entre 45 et 64 ans), plutôt jeune dans les services de design graphique (entre 25 et 44 ans) et très scolarisée (60 % et 72 % un diplôme collégial ou universitaire).
- Globalement, on retrouve plus d'emplois à haut niveau de qualification dans les services spécialisés en design et l'édition. Il y a proportionnellement plus d'emplois non qualifiés dans la fabrication de produits en papier transformé que la moyenne québécoise.
- Dans les entreprises des communications graphiques, les principaux métiers de la chaîne de production sont : représentant, estimateur et chargé de projets; concepteur graphiste, graphiste et infographiste; contremaître ou superviseur; pressier ou opérateur de presse; opérateur (de prépresse, d'équipement de finition-reliure, de procédés complémentaires); aide-pressier, assistant et manœuvre.
- Les métiers de la CNP les plus importants en nombre sont dans l'ordre : opérateur de presse à imprimer (pressier) (6960), concepteur graphique (4590), technicien en graphisme (infographiste, graphiste) (3020), représentant (et estimateur) 2745 et opérateur de machine à relier et de finition (2590).
- Les principaux facteurs de changement qui créent des pressions sur l'évolution des métiers sont :
 - Les changements d'ordre technologiques qui permettent de réduire le temps de préparation et de mise en train des presses et autres équipements, de produire plus rapidement en raison de l'accroissement de la vitesse d'exécution et d'améliorer la qualité de l'impression et de la finition des produits imprimés.
 - L'évolution accélérée de la dimension manuelle des tâches vers une dimension plus technique et une complexification des tâches en raison de leur nature plus abstraite.
 - L'évolution des métiers par l'ajout de tâches de nature informatique et la nécessité de résoudre des problématiques plus complexes dans l'exécution des tâches en s'appuyant sur des connaissances scientifiques et technologiques.
 - Une augmentation dans les métiers du besoin de compétences liées à l'informatique.
 - La pression sur la qualité et la quantité de travail dans les divers métiers qu'exerce la demande : tirages plus courts, plus sophistiqués, délais raccourcis et prise en charge de la préimpression par les clients.
- État de situation de quelques métiers :
 - 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 postes 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.

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 *opérateur d'équipement d'éditique, designer graphique et illustrateur, photographeur-cliqueur-reporter 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'éditique, designer graphique et illustrateur, photographeur-cliqueur-reporter 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 et les employés peuvent bénéficier d'autres formations : AEC, perfectionnements de l'Institut des communications graphiques du Québec, programmes d'apprentissage en milieu de travail (PAMT) et diverses formations à l'interne dans les entreprises.
- 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 CSMOCGQ est à l'écoute des besoins de formation des entreprises.

5.2 FORCES ET OPPORTUNITÉS

Le secteur et son environnement

- 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 %.

Les entreprises

- 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 % des 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.

La main-d'œuvre

- 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 % alors qu'au Québec, il n'est que de 60 %. 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 généralement 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).

La formation

- 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.

5.3 FAIBLESSES, CONTRAINTES ET MENACES

Le secteur et son environnement

- 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.
- La presse écrite fait face à la concurrence des médias électroniques et des journaux gratuits. La tendance est à la baisse dans les recettes publicitaires des imprimés et journaux qui ont fait toutes les économies possibles.

Les entreprises

- La gestion des ressources humaines est souvent réduite au minimum dans la grande majorité 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.

- Les nouvelles réalités des communications graphiques engendrent une démocratisation de la production. Il devient de plus en plus difficile pour les entreprises de se distinguer devant des équipements finalement disponibles pour tous.

La main-d'œuvre

- 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 nouveaux équipements imposent le développement de nouvelles habiletés techniques, une bonne concentration et de bonnes capacités de compréhension. Rester à jour et composer avec la grande vitesse de production sont des causes importantes de stress pour le personnel en place à qui les entreprises demandent régulièrement de s'adapter et de soutenir la cadence.
- Le profil de la main-d'œuvre en communications graphiques est celui d'une population vieillissante plus âgée que la moyenne québécoise, sauf dans le sous-secteur des services de design graphique qui présente un profil d'âge moyen. Dans tous les sous-secteurs, il y a très peu de jeunes, entre 6 % et 10 % selon le sous-secteur, ce qui est inférieur à la moyenne québécoise de 14 %.
- 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 et 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.

La formation

- 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.A0 Infographie en préimpression et DEP 5221 Procédés infographiques sont en chevauchement sur deux ordres d'enseignement.
- 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.
- Au cours des trois dernières années, les entreprises sondées ont peu embauché de personnes diplômées des programmes de formation initiale, sauf pour le DEC 570.A0 Graphisme, où une entreprise sur trois a embauché un diplômé. Dans le cas des autres programmes d'études, à peine une entreprise sur dix ou moins a embauché une personne diplômée.

5.4 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 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. Bien que les petites et très petites entreprises n'aient pas été très enthousiastes à la proposition d'instruments de gestion des ressources humaines préparés par le Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec, de tels instruments seraient d'une grande utilité pour plusieurs entreprises qui en sont dépourvues.

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 souhaités, 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.

5.5 PISTES D'ACTION POUR LE CSMOCGQ

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 CSMOCGQ 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.
- Réunir deux ou trois fois par année un groupe d'experts afin de bien saisir les tendances des industries du secteur et les impacts technologiques sur les travailleurs.

L'enjeu de la fabrication et de la concurrence internationale interpelle le CSMOCGQ. 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.

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 CSMOCGQ 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 CSMOCGQ 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.).
- Mettre en œuvre un service conseil virtuel en ressources humaines sur son site Internet.

Les enjeux de la qualification de la main-d'œuvre, du recrutement et de la formation interpellent le CSMOCGQ 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 CSMOCGQ 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.
- Informer les entreprises des programmes d'études et des changements à venir, faire valoir la qualité de la formation initiale offerte en utilisant les témoignages d'employeurs satisfaits des diplômés embauchés (un très grand nombre d'entreprises n'embauchent aucun diplômé d'aucun programme).
- Faire valoir la capacité d'adaptation des personnes diplômées et l'investissement que représente pour une entreprise leurs connaissances et leurs compétences.
- 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 CSMOCGQ 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.
- Appuyer les employés et les entreprises qui expérimentent cette formule de formation en milieu de travail en s'assurant que dans les jumelages, le compagnonnage est à l'avantage de toutes les parties.

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

Le CSMOCGQ 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.

ANNEXE 1 – BIBLIOGRAPHIE ET SITES INTERNET CONSULTÉS

Études, rapports et autres documents

Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec, *Informatisation et numérisation de la chaîne graphique*, 2005.

Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec et Emploi-Québec, *Le petit Gutenberg vocabulaire de l'imprimerie*, 2007.

Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec, *Étude salariale dans le secteur des communications graphiques au Québec*, 2007.

Emploi-Québec et Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec et, *Métiers et professions des communications graphiques*.

Emploi-Québec et Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec, *Programmes de formation en communications graphiques*.

Emploi-Québec et Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec, *Un bon coup de main pour votre entreprise, programme d'apprentissage en milieu de travail*.

Emploi-Québec et Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec, *Analyses de métier* (une quinzaine de documents).

Sites Internet consultés

Association canadienne de l'imprimerie

<http://www.cpia-aci.ca/>

Centre de recherche industrielle du Québec, fabricants et distributeurs du Québec

<http://www.icriq.com/fr/>

Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques

<http://www.communicationsgraphiques.org/>

Emploi-Québec, Programmes d'apprentissage en milieu de travail

<http://emploi Quebec.net/francais/individus/qualification/apprentissage/index.htm>

Forest Stewardship Council (FSC)

<http://www.fsccanada.org/>

General Requirements for Applications Offset Lithography (GRACOL)

<http://www.gracol.com/>

Inforoute FTP, Formation Professionnelle et Technique au Québec

<http://inforoutefpt.org/>

Institut des communications graphiques du Québec

<http://www.icgg.qc.ca/>

Quebecor World

<http://www.quebecorworldinc.com/>

Ressources humaines et Développement des compétences Canada, Classification nationale des professions

<http://www23.hrdc-drhc.gc.ca/2001/f/groups/6252.shtml>

Ressources humaines et Développement des compétences Canada, Perspectives d'emploi pour le Québec

<http://www150.hrdc-drhc.gc.ca/imt/quebec-metro/francais/>

Services Canada, Emploi-Avenir Québec

<http://www150.hrdc-drhc.gc.ca/asp/emploi/emploi.asp?page=listeProfessions.asp>

Specifications for Web Offset publications (SWOP)

<http://www.swop.org/>

Statistique Canada, Système de classification des industries de l'Amérique du Nord

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/naics/2002/naics02-menu_f.htm

Transcontinental

<http://www.transcontinental.com/>

ANNEXE 2 – PRINCIPAUX ORGANISMES ET ENTREPRISES CONSULTÉS

Organismes

Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques

Emploi-Québec

Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport du Québec

Entreprises

Au Point-Reprotech

Cameo Crafts Canada Ltée

K2 Impression

Groupe Infographie Plus

Imprimerie Precigrafik inc

Imprimerie Pazazz

Pub Cité Imprimerie

Quebecor World

Transcontinental Litho Acme/O'Keefe

ANNEXE 3 – GUIDES D'ENTREVUE ET D'ANIMATION

Étude sectorielle – communications graphiques **Grille d'animation, groupe de discussion ou entrevue individuelle avec les entreprises**

1. Caractéristiques du secteur des communications graphiques

- 1.1 La chaîne de production (prépresse-impression-finition/reliure). À quels types de clients sont destinées vos productions ou à quels types de clients votre entreprise vend-elle ses produits (à des clients en communications graphiques? à des distributeurs? à des détaillants? à des particuliers?) Prévoyez-vous des changements quant à la répartition de votre clientèle ou à la structure de la chaîne de production?
- 1.2 Quelle est la propriété de votre entreprise (québécoise, autre)? Y a-t-il des acquisitions, des fusions à prévoir?
- 1.3 Quels changements principaux et tendances prévoyez-vous d'ici les cinq prochaines années dans le secteur des communications graphiques : marchés? concurrence? besoins des clients? équipement? fournisseurs d'équipement? transformation des métiers? technologies de production? (numérisation, informatisation, robotisation d'une quelconque étape de la chaîne de production : lesquelles)?
- 1.4 Importez-vous des produits de communications graphiques (produits semi-finis et produits finis) de l'extérieur du Québec? Si oui, quels produits principalement et d'où proviennent-ils?
- 1.5 Exportez-vous des produits de communications graphiques (produits semi-finis et produits finis) à l'extérieur du Québec? Si oui, quels produits et vers où?

2. Impact sur la main-d'œuvre des changements technologiques et de la gestion de la qualité

- 2.1 Quelles sont les nouvelles techniques/technologies de production (procédés de production, numérisation, informatisation...) utilisées dans votre entreprise ou à venir d'ici deux ou trois ans? Quels sont les impacts de ces techniques/technologies sur votre main-d'œuvre?
- 2.2 Quelle est la nature de la Recherche-Développement ou de l'innovation réalisée par votre entreprise? Y consacrez-vous des ressources importantes?
- 2.3 Quels sont les règlements et normes (SWOP, MACS, GRACOL, autres) qui s'appliquent à votre secteur et quels sont les impacts sur la formation et les qualifications des employés?

3. Caractéristiques et pratiques en matière de gestion des ressources humaines

- 3.1 Caractéristiques des emplois de votre entreprise
 - a) Types d'horaires
 - b) Statut des emplois (répartir en % temps plein, temps partiel, saisonnier)
 - c) Division du travail : les emplois sont-ils polyvalents (les employés sont appelés à faire plusieurs tâches qui ne font pas partie de leur poste) ou spécialisés? Avez-vous instauré la rotation des postes?

- 3.2 Quels sont les postes d'entrée dans votre usine? Quels sont les cheminements possibles à l'intérieur de l'entreprise ou ailleurs dans l'entreprise?
- 3.3 Prévvision de la main-d'œuvre de votre entreprise
- a) Prévvoyez-vous des embauches ou des mises à pied d'ici cinq ans? Si oui, pour quels postes et combien?
 - b) Prévvoyez-vous plusieurs départs à la retraite d'ici cinq ans? Si oui, pour quels postes principalement?
 - c) Y a-t-il des postes pour lesquels la question de la relève sera problématique? Si applicable, de quelle façon entendez-vous résoudre le problème de la relève?
- 3.4 Votre personnel
- a) Comporte quelle proportion hommes-femmes?
 - b) Est-il syndiqué? Si oui, préciser dans quelle proportion, quels postes et quel(s) syndicat(s).
 - c) Quels moyens/outils sont utilisés pour assurer la communication ou le rapprochement entre employeur et employés (rencontres régulières avec le personnel, notes/communiqués, comité patronal-syndical, activités sociales, etc.)
 - d) Comment qualifiez-vous le climat de travail?
- 3.5 Santé et sécurité au travail
- a) Y a-t-il des éléments particuliers reliés à l'environnement physique de travail de votre personnel attiré à la production (air, bruit, température, produits dangereux, etc.)? Quelle est la nature des principaux risques (s'il y a lieu)?
 - b) Des formations sont-elles données sur la santé et la sécurité au travail et la prévention des accidents? Si oui, lesquelles?
 - c) Les normes de sécurité s'appliquent-elles à tous les employés d'usine?
- 3.6 Pratiques de gestion interne : avez-vous un ou une

	Oui	Si oui, préciser au besoin	Non
a) service de ressources humaines ou personne attirée aux ressources humaines?			
b) politique d'embauche (formelle ou non) ?			
c) procédure d'accueil (formelle ou non)?			
d) manuel de l'employé?			
e) des descriptions/des profils de postes? (tâches, compétences requises, etc.)			
f) évaluation annuelle de vos employés ?			
g) politique formelle de rémunération			
h) planification des besoins de main-d'œuvre			
i) programme de gestion de la santé et sécurité au travail?			

4. Métiers et professions

Voici une liste des métiers et professions du secteur des communications graphiques.

- a) Identifiez ceux qui, selon vous, maintenant ou au cours des 5 prochaines années :
- risquent de disparaître
 - seront maintenus (aucun ou très peu de changements prévus)
 - sont en mutation (importants changements technologiques ayant un impact sur les compétences ou les tâches)
 - sont en émergence

Métiers et professions	Au cours des 5 prochaines années				
	Inexistant dans l'entreprise	Disparition	Maintien	Mutation	Émergence
4.1 Superviseur/ contremaître en imprimerie					
4.2 Infographiste / technicien en graphisme					
4.3 Designer graphique / concepteur-graphiste					
4.4 Infographe en préimpression					
4.5 Opérateur de CTP-typographe					
4.6 Opérateur de CTP-pelliculeur traditionnel					
4.7 Opérateur de CTP-pelliculeur numérique					
4.8 Opérateur de CTP-brûleur de plaques					
4.9 Opérateur de CTP-tireur d'épreuves					
4.10 Premier pressier					
4.11 Deuxième pressier					
4.12 Troisième pressier					
4.13 Aide sur presse (bobinier)					
4.14 Aide sur presse (empileur)					
4.15 Aide sur presse (margeur)					
4.16 Opérateur presse à procédés complémentaires					
4.17 Opérateur/technicien sur presses numériques					
4.18 Opérateur équipement de finition-reliure					
4.19 Opérateur de lamineuse					
4.20 Opérateur de plieuse-colleuse					
4.21 Gestionnaire de couleurs					
4.22 Chargé de projets CSR					
4.23 Estimateur					
4.24 Représentant en imprimerie					

- b) Expliquez comment, dans la chaîne de production graphique, les changements technologiques affectent ces métiers, notamment ceux en mutation.
- c) Y a-t-il des enjeux relatifs à la main-d'œuvre qui travaille à la production, à la recherche-développement et au contrôle de la qualité (exigences à l'embauche, qualifications, dotation, organisation du travail, formation, etc.)?

REMPLIR L'ANNEXE 1

5. Programmes de formation

5.1 Diplômes d'études collégiales (DEC) et diplômes d'études professionnelles (DEP) pour le secteur des communications graphiques offerts dans les cégeps ou les centres de formation professionnelle

a) Répondre aux questions Q1, Q2 et Q3 dans le tableau suivant.

Q1 Connaissez-vous l'existence des programmes de la liste? Oui (O) ou Non (N).

Q2 Si oui pour la question Q1, au cours des 3 dernières années, avez-vous embauché des finissants de ces programmes? Oui (O) ou Non (N).

Q3 Si vous avez répondu oui à la question Q2, **sur une échelle de 1 à 5**, indiquez votre satisfaction à l'égard de la formation (1 étant très insatisfait et 5 étant très satisfait).

Programmes d'établissement d'enseignement public, DEP et DEC	Q1 notoriété		Q2 embauche		Q3 satisfaction 1 à 5
	O	N	O	N	
DEC Techniques de gestion de l'imprimerie					
DEC Gestion de projet en communications graphiques					
DEC Graphisme					
DEC Infographie en préimpression					
DEC Techniques de l'impression					
DEP Procédés infographiques					
DEP Desktop Publishing					
DEP Imprimerie					
DEP Reprographie et façonnage					

b) Les DEC et les DEP répondent-ils bien aux besoins des divers métiers des communications graphiques? qu'appréciez-vous le plus? que doit-on améliorer? y a-t-il trop, suffisamment ou pas assez de programmes de formation initiale (DEC et DEP)? Les programmes devraient-ils être plus (ou moins) généralistes? ou plus spécialisées?

c) Considérez-vous que les programmes de formation

favorisent la polyvalence des compétences?

favorisent les possibilités de promotion ou de changement de métier.

OU

qu'ils sont trop pointus, compartimentés ou spécialisés?

qu'ils freinent le cheminement interne des employés dans l'entreprise?

d) Considérez vous qu'il y a du dédoublement de formation dans les programmes DEC et DEP? Serait-il préférable que les finissants soient plus polyvalents et généralistes et que la formation pointue soit donnée en perfectionnement en entreprise ou autrement?

5.2 Attestations d'études collégiales (AEC) et attestations de formation professionnelle (AFP)

a) Connaissez-vous l'existence des AEC et des AFP? (voir liste en annexe 2)

b) Le grand nombre d'AEC et d'AFP est-il nécessaire pour répondre aux besoins de formation de l'industrie des communications graphiques? Cela peut-il créer de la confusion chez les employeurs? chez les employés? chez les étudiants dans leur choix de carrière? Serait-il souhaitable d'harmoniser les différentes formations ou est-on plutôt justifié de les conserver vu la quantité et la complexité des métiers?

5.3 Programmes d'apprentissage en milieu de travail (PAMT)

- a) Connaissez-vous l'existence des PAMT? (voir liste en annexe 2)
- b) Utilisez-vous ce type de programmes dans votre entreprise?
- c) Ces programmes répondent-ils aux besoins pointus de formation (changements technologiques, nouvel équipement, etc.) dans les métiers terrain en production?
- d) Selon-vous, quelles sont les plus grands avantages des PAMT?

5.4 Programmes de l'Institut des communications graphiques (ICGQ)

- a) Connaissez-vous l'existence des programmes de l'ICGQ? (voir liste en annexe 2)
- b) Utilisez-vous ce type de programmes dans votre entreprise?
- c) Quels sont les principaux motifs qui incitent votre entreprise à choisir les programmes de l'ICGQ?

5.5 Programmes universitaires

- a) Connaissez-vous l'existence des programmes universitaires? (voir liste en annexe 2)
- b) Utilisez-vous ce type de programmes dans votre entreprise?
- c) Ces programmes répondent-ils aux besoins de votre entreprise?

5.6 Formations données par votre entreprise

Quels sont les types de formation que votre entreprise donne à son personnel de production (incluant Recherche-développement, contrôle de la qualité, santé et sécurité)?

Formations données par votre entreprise				
a) Brève description de la formation (thèmes abordés)	b) Métiers visés par la formation	c) Formation en début ou en cours d'emploi?	d) Formation en entreprise ou à l'externe?	e) Durée de la formation

Merci de votre collaboration !

ANNEXE 1 – LES MÉTIERS ET LES FORMATIONS

Pour chacun des métiers (si applicable dans votre entreprise), préciser l'information suivante.

	4.1 Superviseur/ contremaître en imprimerie	4.2 Infographiste / technicien en graphisme	4.3 Designer graphique/ concepteur- graphiste	4.4 Infographe en préimpression	4.5 Opérateur CTP – Typographe	4.6 Opérateur CTP – Pelliculeur traditionnel
a) Formation exigée à l'embauche (diplôme, attestation, etc.)						
b) Formation réellement détenue						
c) Expérience (années) demandée						
d) Compétences (qualités, habiletés, aptitudes) demandées						
e) Recrutement : facile? difficile? Pourquoi?						
f) Roulement : élevé? faible? Pourquoi?						
g) Prévisions des effectifs d'ici trois ans : hausse, stabilité, baisse? De combien? (en %)						

ANNEXE 1 – LES MÉTIERS ET LES FORMATIONS (suite)

Pour chacun des métiers (si applicable dans votre entreprise), préciser l'information suivante.

	4.7 Opérateur CTP – Pelliculeur numérique	4.8 Opérateur CTP – Brûleur de plaques	4.9 Opérateur CTP – Tireur d'épreuves	4.10 1 ^{er} pressier	4.11 2 ^e pressier	4.12 3 ^e pressier
a) Formation exigée à l'embauche (diplôme, attestation, etc.)						
b) Formation réellement détenue						
c) Expérience (années) demandée						
d) Compétences (qualités, habiletés, aptitudes) demandées						
e) Recrutement : facile? difficile? Pourquoi?						
f) Roulement : élevé? faible? Pourquoi?						
g) Prévisions des effectifs d'ici trois ans : hausse, stabilité, baisse? De combien? (en %)						

ANNEXE 1 – LES MÉTIERS ET LES FORMATIONS (suite)

Pour chacun des métiers (si applicable dans votre entreprise), préciser l'information suivante.

	4.13 Aide sur presse – bobinier	4.14 Aide sur presse – empileur	4.15 Aide sur presse – margeur	4.16 Opérateur sur presse à procédés complémentaires	4.17 Opérateur/technicien sur presse numérique	4.18 Opérateur équipements de finition-reliure
a) Formation exigée à l'embauche (diplôme, attestation, etc.)						
b) Formation réellement détenue						
c) Expérience (années) demandée						
d) Compétences (qualités, habiletés, aptitudes) demandées						
e) Recrutement : facile? difficile? Pourquoi?						
f) Roulement : élevé? faible? Pourquoi?						
g) Prévisions des effectifs d'ici trois ans : hausse, stabilité, baisse? De combien? (en %)						

ANNEXE 1 – LES MÉTIERS ET LES FORMATIONS (suite)

Pour chacun des métiers (si applicable dans votre entreprise), préciser l'information suivante.

	4.19 Opérateur de lamineuse	4.20 Opérateur de plieuse-colleuse	4.21 Gestionnaire de couleurs	4.22 Chargé de projets CSR	4.23 Estimateur	4.24 Représentant en imprimerie
a) Formation exigée à l'embauche (diplôme, attestation, etc.)						
b) Formation réellement détenue						
c) Expérience (années) demandée						
d) Compétences (qualités, habiletés, aptitudes) demandées						
e) Recrutement : facile? difficile? Pourquoi?						
f) Roulement : élevé? faible? Pourquoi?						
g) Prévisions des effectifs d'ici trois ans : hausse, stabilité, baisse? De combien? (en %)						

ANNEXE 2 – LISTE DES FORMATIONS AUTRES QUE LES DEC ET LES DEP

Attestations d'études collégiales (AEC) et attestations de formation professionnelle (AFP)

AEC Chargé de projet de travaux d'imprimerie Impression offset
AEC Design d'édition
AEC Design de communication publicitaire
AEC Concepteur infographiste
AEC graphisme
AEC Techniques en graphisme
AEC Graphisme numérique
AEC Production de pages WEB (graphisme)
AEC Infographie appliquée à l'imprimerie
AEC Publication électronique
AEC Design infographique
AEC Techniques d'infographie
AEC Impression offset
AEC Techniques d'impression flexographique
AFP Aide en infographie
AFP Aide en imprimerie
AFP Conducteur de machines à sérigraphier
AFP Aide en sérigraphie
AFP Aide relieur
AFP Préposé dans un atelier de reliure
AFP en imprimerie reliure/finition/copies numériques

Programmes d'apprentissage en milieu de travail (PAMT)

PAMT Pressier sur presse offset 4 couleurs
PAMT Pressier sur presse offset 2 couleurs
PAMT Pressier sur presse offset rotative
PAMT Pressier sur presse flexographique
PAMT Pressier sur presse sérigraphique
PAMT Opérateur d'équipement de finition-reliure
PAMT Opérateur d'équipement de procédés complémentaires
PAMT Conduite de machines industrielles (DEP)

Programmes universitaires

DEC-BAC en design graphique
BAC en design graphique
BAC en graphisme
BAC en arts et design, concentration design graphique
Certificat en production industrielle

ANNEXE 2 – LISTE DES FORMATIONS AUTRES QUE LES DEC ET LES DEP (suite)**Programmes de perfectionnement ou formation complémentaire de l'Institut des communications graphiques (ICGQ)****Communications graphiques**

Chaîne graphique
Gestion et direction artistique
Techniques de créativité
Graphisme et communication visuelle
De la création à l'impression : les incontournables

Prémédia et internet

Introduction à la suite récréative
Quark express 7
Adobe design, illustrator, photoshop CS2
Gestion des PDF en prepress Adobe Acrobat 7 Pro
Création de site Web avec Dreamweaver MX
Prepresse 1 : format des fichiers et contrôle en amont

Impression

Opération d'une presse rotative offset
Opération d'une presse à feuilles informatisée avec CP 2000
Impression numérique
Contrôle de la qualité d'impression
Mesure de la couleur
Techniques d'encre offset Niveau 1
Techniques d'encre offset Niveau avancé
Colorsync-Gestion de la couleur ICC
Contrôle informatisé de la qualité des couleurs
Encres, papiers et solution de mouillage
Impression d'emballages et bases en flexographie
Perfectionnement en flexographie
Spectrophotométrie avec X-Rite

Gestion

Optimisation du temps
Le client ça concerne tout le monde
Amélioration de la productivité
Vendeur proactif
Gestion de projets
Communication interpersonnelle
Formation et coaching en milieu e travail

Étude sectorielle – communications graphiques

Grille d'animation, groupe de discussion avec des employés d'usine syndiqués

1. Techniques/technologies de production, normes et règlements

- 1.1 Quels changements avez-vous observés au cours des dernières années ou observez-vous actuellement dans les techniques/les technologies de production de vos entreprises (numérisation, informatisation, robotisation...)? Quels sont les impacts de ces changements sur vous et vos collègues employés d'entreprise, en particulier sur la formation et les qualifications?
- 1.2 Quels sont les impacts des normes et règlements concernant la santé et sécurité au travail sur vous et vos collègues, en particulier sur la formation et les qualifications?
- 1.3 Les normes (SWOP, MACS, GRACOL, autres) s'applique-t-elle dans vos entreprises? Si oui, quels sont ses impacts sur vous et vos collègues d'entreprise, en particulier sur la formation et les qualifications?

2. Les ressources humaines en usine

- 2.1 Caractéristiques des emplois en production
 - a) les horaires de soir/de nuit/de fin de semaine sont-ils fréquents? Si oui, quelles sont les caractéristiques ou les problèmes particuliers de ces horaires sur vous et vos collègues par rapport à l'horaire de jour?
 - b) Les emplois en communications graphiques sont-ils polyvalents (les employés sont appelés à faire plusieurs tâches qui ne font pas partie de leur poste) ou spécialisés? La rotation des postes est-elle courante?
- 2.2 Cheminement des employés dans l'entreprise
 - a) Quels sont les postes d'entrée dans les entreprises des communications graphiques?
 - b) Quels sont les cheminements possibles à l'intérieur des entreprises? Ailleurs dans la même entreprise?
- 2.3 Les conditions de travail dans les moyennes et grandes entreprises des communications graphiques (salaires, avantages sociaux, bonis, horaires, environnement de travail, etc.) sont-elles avantageuses? Font-elles en sorte que vous et vos collègues voudriez demeurer dans le secteur? Ou que vous et vos collègues pourriez aller dans des entreprises d'autres secteurs? (si oui, quels secteurs?)
- 2.4 Y a-t-il des postes en communications graphiques pour lesquels la question de la relève est ou sera problématique? Pourquoi? (départs massifs à la retraite, difficulté de recruter, etc.)
- 2.5 Communication et relations de travail
 - a) Quels moyens/outils sont utilisés par vos entreprises pour assurer la communication entre l'employeur et les employés (rencontres régulières avec le personnel, notes/communiqués, comité patronal-syndical, activités sociales, etc.)? Sont-ils suffisants? Quelle est leur efficacité?
 - b) Comment qualifiez-vous le climat de travail dans vos entreprises? Pourquoi?

2.6 Accueil et intégration

- a) Comment les nouveaux employés sont-ils accueillis et intégrés dans votre entreprise? Y a-t-il une politique ou une procédure formelle d'accueil et d'intégration? Est-elle convenable? Bien appliquée?
- b) Les femmes sont-elles bien accueillies et intégrées?
- c) Y a-t-il des personnes issues des communautés culturelles dans votre entreprise? Sont-elles bien accueillies et intégrées?

2.7 Santé et sécurité au travail

- a) Quelles sont les caractéristiques de votre environnement physique et des conditions d'exercice de votre travail? (air, bruit, température, effort physique, produits dangereux, etc.)? Quelle est la nature des risques, des inconforts, des dangers? Que fait-on dans vos entreprises pour les minimiser? Ces actions sont-elles satisfaisantes?
- b) Quelles formations sont données par vos employeurs sur la santé et la sécurité au travail et la prévention des accidents? Sont-elles suffisantes? Efficaces?

3. Métiers en communications graphiques et formation

3.1 Votre métier

- a) Quel métier exercez-vous (le nom du métier)?
Quelles sont vos principales tâches (3 à 5 tâches)?
- b) Où situez-vous votre métier dans la chaîne des communications graphiques?

En pré production ()

En production ()

 pré presse (),

 impression ()

 finition / reliure ()

 procédés complémentaires ()? Lesquels? _____

- c) Dans laquelle des grandes catégories du tableau suivant situez-vous votre métier?

Opérateur d'équipement ()

Aide ()

Pressier ()

Infographiste/graphiste ()

Autre () Précisez _____

Pour chacun des catégories de métiers suivants, répondre aux questions 3.2 à 3.7

	Infographiste/ Graphiste	Pressier	Opérateur d'équipement	Aide
3.2) Observez-vous une évolution dans l'exercice des métiers suivants? Par exemple : changements dans les tâches ou nouvelles tâches, changement des machines à opérer, etc. (décrire ces changements)				
3.3) Si changements il y a, quel impact vont-ils avoir sur les compétences requises (connaissances, habiletés, aptitudes, etc.)?				
3.4) Quelle formation (diplôme, attestation) vos employeurs demandent-ils à l'embauche pour occuper les métiers suivants?				
3.5) Quelle formation (diplôme, attestation) les employés exerçant ces métiers détiennent-ils réellement?				
3.6) Quelles sont les principales formations (lors de l'embauche et en cours d'emploi) données par vos employeurs pour ces métiers? Ces formations sont-elles pertinentes, bien adaptées aux besoins?				
3.7) Compte tenu de ce qui a été précédemment, quels sont ou seront les besoins de formation / de perfectionnement des employés occupant ces métiers?				

3.8 Y a-t-il à votre connaissance de nouveaux métiers qui émergent en communications graphiques?

4. Conclusion : enjeux / défis

Selon votre perception comme employé d'usine, quels sont les enjeux ou les défis majeurs auxquels les entreprises des communications graphiques devront faire face au cours des prochaines années? (par exemple, en matière de conditions d'exercice des métiers, de relations de travail, de besoins de formation et de perfectionnement, de technologies de production, etc.)