

février 2013



LE MARCHÉ DE L'IMPRESSION NUMÉRIQUE ET DES SERVICES GRAPHIQUES

SYNTHÈSE DE L'ÉTUDE RÉALISÉE PAR INTERQUEST
POUR LE SYNDICAT
DE L'IMPRESSION NUMÉRIQUE
ET DES SERVICES GRAPHIQUES (S.I.N.)



sin.
Syndicat de l'impression numérique
& des services graphiques

Table des matières

Chapitre I : Objectifs et Méthodologie	1
Objectifs de l'étude.....	1
Méthodologie	2
Phase 1	2
Phase 2	2
Chapitre II : Le marché et le futur des imprimeurs numériques	3
SECTION 1. L'ENTREPRISE	3
<i>Activité principale de l'entreprise</i>	3
<i>Fonction de la personne ayant répondu à l'enquête</i>	4
<i>Répartition géographique</i>	5
<i>Nombre de personnes employées dans l'entreprise</i>	5
<i>Nombre d'années d'activité de l'entreprise</i>	6
<i>Nombre de points de vente/ sites de production</i>	7
<i>Existence d'une force de vente se déplaçant en clientèle</i>	8
<i>Niveau de chiffre d'affaires annuel de l'entreprise</i>	8
SECTION 2. LES SERVICES PROPOSÉS	9
<i>Services offerts et leur part en pourcentage du chiffre d'affaires</i>	9
<i>Web-to-print</i>	12
<i>Finition/façonnage</i>	15
SECTION 3. LES VOLUMES ET LES APPLICATIONS	18
<i>Évolution du volume d'impression numérique</i>	18
<i>Évolution du volume d'impression numérique A4</i>	19
<i>Évolution du volume d'impression numérique grand format et très grand format</i>	19
<i>Évolution du volume d'impression offset</i>	20
<i>Types de documents imprimés</i>	20
<i>Impression de données variables</i>	21
SECTION 4. LA CLIENTÈLE	23
<i>Chiffre d'affaires annuel par secteur d'activité</i>	23
<i>Secteurs en croissance</i>	24
<i>Donneurs d'ordre au sein des grandes entreprises</i>	24
<i>Promotion des services auprès des clients</i>	25
SECTION 5. LA SOUS-TRAITANCE	26
<i>Part de la sous-traitance dans le chiffre d'affaires</i>	26
<i>Perception de la sous-traitance</i>	26
<i>Prestations sous-traitées</i>	27
<i>Prévisions de croissance</i>	27
SECTION 6. LES MATÉRIELS ET LES SOLUTIONS	28
<i>Installations actuelles</i>	28
<i>Intentions d'achat</i>	30
SECTION 7. LA PERCEPTION DU MARCHÉ ET DU FUTUR	32
<i>Tendances les plus importantes du marché</i>	32
<i>Meilleures opportunités</i>	33
<i>Principaux obstacles à surmonter</i>	34
<i>Relation avec les fournisseurs</i>	35
<i>Principaux objectifs de l'entreprise</i>	36
<i>Évolution de la répartition du chiffre d'affaires</i>	36
SECTION 8. LA GESTION	36
<i>Base de la réussite</i>	36
<i>Moyens à mettre en œuvre pour réussir</i>	37
<i>Evolution du chiffre d'affaires</i>	38
<i>Rentabilité</i>	39
SECTION 9. LES AUTRES ASPECTS	40
<i>Affiliation à un groupement ou syndicat professionnel</i>	40
<i>Similarités et différences avec les autres Pays</i>	41
<i>Comparaison Paris/province</i>	42

Table des matières (suite)

Chapitre III : Le marché et le futur des ateliers intégrés	43
SECTION 1. L'ENTREPRISE ET LES SERVICES.....	43
<i>Activité principale de l'entreprise</i>	43
<i>Nombre de personnes employées dans l'entreprise</i>	44
<i>Services d'impression et courrier de l'entreprise</i>	44
<i>Intégration de l'atelier intégré d'impression et du centre éditique</i>	44
<i>Intégration de l'atelier intégré et du centre de traitement du courrier.....</i>	45
<i>Fonction de la personne ayant répondu à l'enquête.....</i>	45
<i>Nombre de personnes employées dans l'atelier intégré</i>	45
<i>Nombre de sites de production d'impression</i>	45
<i>Activité principale du service</i>	45
SECTION 2. LES SERVICES PROPOSÉS	46
<i>Services offerts et leur part en pourcentage du chiffre d'affaires</i>	46
<i>Web-to-print</i>	48
<i>Finition/façonnage</i>	50
SECTION 3. LES VOLUMES ET LES APPLICATIONS	52
<i>Évolution du volume d'impression numérique</i>	52
<i>Évolution du volume d'impression numérique A4.....</i>	53
<i>Évolution du volume d'impression numérique grand format et très grand format</i>	53
<i>Évolution du volume d'impression offset.....</i>	54
<i>Types de documents imprimés</i>	54
<i>Impression de données variables</i>	55
SECTION 4. LA CLIENTÈLE	55
<i>L'évolution des clients et des besoins.....</i>	55
<i>La promotion des services.....</i>	56
SECTION 5. LA SOUS-TRAITANCE	56
<i>Part de la sous-traitance dans le chiffre d'affaires</i>	56
<i>Prestations sous-traitées.....</i>	57
<i>Prévisions de croissance</i>	57
SECTION 6. LE MATÉRIEL ET LES SOLUTIONS.....	58
<i>Installations actuelles</i>	58
<i>Intentions d'achat</i>	59
SECTION 7. LA PERCEPTION DU MARCHÉ ET DU FUTUR	60
<i>Tendances les plus importantes du marché.....</i>	60
<i>Meilleures opportunités</i>	61
<i>Principaux obstacles à surmonter</i>	61
<i>Relation avec les fournisseurs.....</i>	62
<i>Principaux objectifs de l'atelier intégré</i>	62
<i>Évolution de la répartition de la facturation interne</i>	62
SECTION 8. LA GESTION	62
<i>Réalisation des objectifs</i>	62
<i>Base de la réussite</i>	63
<i>Moyens à mettre en œuvre pour réussir.....</i>	64
<i>Rentabilité.....</i>	64
Chapitre IV : Conclusions.....	65
Imprimeurs numériques	65
Ateliers intégrés	67
Glossaire.....	69

Illustrations

- Figure 1. Ventilation des enquêtes Internet et des interviews téléphoniques
- Figure 2. Activité principale de l'entreprise (imprimeurs numériques)
- Figure 3. Fonction des personnes ayant répondu à l'enquête : 2002-2011 (imprimeurs numériques)
- Figure 4. Répartition géographique des entreprises (imprimeurs numériques)
- Figure 5. Nombre de personnes employées : 2002-2011 (imprimeurs numériques)
- Figure 6. Nombre d'années d'existence de l'entreprise : 2002-2011 (imprimeurs numériques)
- Figure 7. Nombre de points de vente de l'entreprise (imprimeurs numériques)
- Figure 8. Part des services dans le chiffre d'affaires : 2002-2011 (imprimeurs numériques)
- Figure 9. Commande de travaux via site Internet (imprimeurs numériques)
- Figure 10. Méthodes de commande (imprimeurs numériques)
- Figure 11. Pourcentage du chiffre d'affaires annuel réalisé par Internet (imprimeurs numériques)
- Figure 12. Prestations de finition/façonnage offertes : 2002-2011 (imprimeurs numériques)
- Figure 13. Finition/façonnage réalisé « on-line » et « off-line » : 2002-2011 (imprimeurs numériques)
- Figure 14. Croissance du volume d'impression numérique : 2008-2010 (imprimeurs numériques)
- Figure 15. Evolution du volume d'impressions A4 N&B et couleur : 2011-2014 (imprimeurs numériques)
- Figure 16. Types de documents imprimés : % qui produisent (imprimeurs numériques)
- Figure 17. Impression de données variables : 2002-2011(imprimeurs numériques)
- Figure 18. Chiffre d'affaires annuel par secteur de l'industrie : 2002-2011 (imprimeurs numériques)
- Figure 19. Méthodes de promotion des services (imprimeurs numériques)
- Figure 20. Prestations sous-traitées : 2002-2011 (imprimeurs numériques)
- Figure 21. Systèmes d'impression installés : 2002-2011 (imprimeurs numériques)
- Figure 22. Intentions d'achat de systèmes d'impression (imprimeurs numériques)
- Figure 23. Tendances du marché les plus importantes (imprimeurs numériques)
- Figure 24. Meilleures opportunités (imprimeurs numériques)
- Figure 25. Relation avec les fournisseurs : 2002-2011 (imprimeurs numériques)
- Figure 26. Prévisions de croissance du chiffre d'affaires (imprimeurs numériques)
- Figure 27. Bénéfice net 2010 en pourcentage du chiffre d'affaires (imprimeurs numériques)
- Figure 28. Appartenance à un syndicat professionnel (imprimeurs numériques)
- Figure 29. Part du numérique et de l'offset dans le volume d'impression total : Europe et France (imprimeurs numériques)
- Figure 30. Activité principale de l'entreprise : 2002-2011 (ateliers intégrés)
- Figure 31. Part des services dans la facturation interne : 2002-2011 (ateliers intégrés)
- Figure 32. Répartition de la facturation interne d'impression numérique (ateliers intégrés)
- Figure 33. Commande de travaux via site Internet (ateliers intégrés)
- Figure 34. Prestations de finition/façonnage offertes : 2002-2011 (ateliers intégrés)
- Figure 35. Croissance du volume d'impression numérique : 2008-2010 (ateliers intégrés)
- Figure 36. Evolution du volume d'impression A4 N&B et couleur : 2011-2014 (ateliers intégrés)
- Figure 37. Types de documents imprimés : % qui produisent (ateliers intégrés)
- Figure 38. Prestations sous-traitées (ateliers intégrés)
- Figure 39. Tendances du marché les plus importantes (ateliers intégrés)
- Figure 40. Meilleures opportunités (ateliers intégrés)

À QUI S'ADRESSE L'ÉTUDE ?

- ▶ **Dirigeants des entreprises d'impression numériques d'imprimeries désirant investir dans du matériel d'impression numérique**
- ▶ **Responsables marketing et ventes des Constructeurs et distributeurs de matériels**
- ▶ **Vendeurs d'applications et d'outils/solutions**
- ▶ **Fabricants et distributeurs de papier et de consommables**
- ▶ **Responsables de centres intégrés, services achats services généraux et direction financière des grandes entreprises**
- ▶ **Dirigeant des associations de l'industrie**
- ▶ **Toutes entreprises ou organismes souhaitant connaître le marché de l'impression numérique**

LE MARCHÉ DE L'IMPRESSION NUMÉRIQUE ET DES SERVICES GRAPHIQUES



S.I.N.

Le Syndicat de l'Impression Numérique et des services graphiques (S.I.N.) est le seul syndicat professionnel de l'impression numérique, du traitement du document et des services graphiques. Le S.I.N. représente un secteur composé de près de 2500 entreprises de tailles diverses exerçant pour une clientèle variée des activités tant de reproduction que d'impression numérique.

Le S.I.N. gère la convention collective nationale applicable à l'ensemble de ces entreprises. Le S.I.N. a pour mission de conseiller en matière juridique, sociale, fiscale, technique, de promouvoir la profession, en relation avec ses Partenaires constructeurs et prestataires. Il publie une revue (S.I.N.ERGIE), une newsletter (S.I.N.INFO) et communique également au travers de son site internet.

Le S.I.N. est l'organisateur du Symposium de l'Impression Numérique chaque année au mois de juin.



INTERQUEST

INTERQUEST est un cabinet d'études et de conseil spécialisé dans le domaine de la publication et de l'impression numérique.

Depuis sa création, INTERQUEST a publié de nombreuses études et rapports sur l'impression numérique, l'impression à la demande, l'impression éditique, le marketing direct, l'impression couleur et la communication personnalisée, les problèmes liés au papier et la finition, le workflow, ainsi que l'impression de chèques et de caractères magnétiques.

INTERQUEST réalise de multiples études et missions de conseil pour les grands acteurs du marché (constructeurs de systèmes d'impression et finition, vendeurs de logiciel et contrôleurs, prestataires de service, grandes entreprises, et associations de l'industrie) au niveau mondial.

INTERQUEST organise en Europe, aux États-Unis et au Canada de nombreux séminaires portant sur l'impression couleur, la communication personnalisée, multicanal et l'impression numérique de livres, destinées aux professionnels des arts graphiques, du marketing direct et de l'édition ainsi qu'aux donneurs d'ordres au sein des grandes entreprises.

PO Box 6568 Charlottesville, VA 22906 USA - Tél. : 00-1-434 / 979-9945 - Fax : 00-1-434 / 979-9959
E-mail : iquest@inter-quest.com - Web : www.inter-quest.com

sin
Syndicat de l'impression numérique
et des services graphiques

Syndicat de l'Impression Numérique
et des services graphiques

23 rue d'Aumale
75009 PARIS
Tél. : 01.47.23.61.86
E-mail : contact@sin.fr
Web : www.sin.fr
Couverture : www.copy-media.net