

LE MARCHÉ DE L'IMPRESSION NUMÉRIQUE ET DES SERVICES GRAPHIQUES

Quelques exemples de sujets traités dans cette étude :

- Le nombre d'entreprises
- Les entreprises à la pointe
- Les opportunités
- Les challenges
- Les imprimeurs numériques et les imprimeurs traditionnels
- La promotion vis-à-vis des prospects et clients
- Les tendances les plus importantes du marché
- Les meilleures opportunités
- Les principaux obstacles à surmonter
- La réalisation des objectifs
- La base de la réussite
- Les moyens à mettre en œuvre
- La comparaison avec les autres pays européens

Méthodologie

L'étude repose sur une enquête en profondeur auprès d'un ensemble d'imprimeurs numériques et ateliers intégrés, ainsi que sur une série d'interviews avec les fournisseurs de matériels et de logiciels d'impression. Elle inclut une analyse intégrale du marché, ainsi qu'une série de conclusions et recommandations stratégiques.

À QUI S'ADRESSE L'ÉTUDE ?

- ▶ Dirigeants des entreprises d'impression numérique et 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 nombre de sites de production •
L'atelier intégré et le centre éditique •
L'atelier intégré et
le centre de traitement du courrier

L'évolution du volume d'impression •
centralisée et décentralisée •
Le type de documents imprimés •
L'impression de données variables •

La relation avec les fournisseurs •
Les principaux objectifs •

L'évolution de la répartition de la • facturation interne

CHAPITRE 1. RÉSUMÉ DE L'ÉTUDE

CHAPITRE 2. OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

CHAPITRE 3. ENQUÊTE PRÉLIMINAIRE

SECTION 1. LES IMPRIMEURS NUMÉRIQUES

SECTION 2. LES ATELIERS INTÉGRÉS

CHAPITRE 4. LE MARCHÉ ET LE FUTUR DES IMPRIMEURS NUMÉRIQUES

SECTION 1. L'ENTREPRISE

SECTION 2. LES SERVICES PROPOSÉS

SECTION 3. LES VOLUMES ET LES APPLICATIONS*

SECTION 4. LA CLIENTÈLE

SECTION 5. LA SOUS-TRAITANCE

CHAPITRE 5. LE MARCHÉ ET LE FUTUR DES ATELIERS INTÉGRÉS

SECTION 1. L'ENTREPRISE ET LES SERVICES

SECTION 2. LES SERVICES PROPOSÉS

SECTION 3. LES VOLUMES ET LES APPLICATIONS*

SECTION 4. LA CLIENTÈLE (LES DONNEURS D'ORDRE)

SECTION 5. LA SOUS-TRAITANCE

CHAPITRE 6. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

GLOSSAIRE

TABLE DES MATIÈRES

(Les grands chapitres)

SECTION 6. LE MATÉRIEL ET LES SOLUTIONS

SECTION 7. LA PERCEPTION DU MARCHÉ ET DU FUTUR

SECTION 8. LA GESTION

SECTION 9. LES AUTRES ASPECTS

SECTION 6. LE MATÉRIEL ET LES SOLUTIONS

SECTION 7. LA PERCEPTION DU MARCHÉ ET DU FUTUR

SECTION 8. LA GESTION

* Comprend les projections de croissance à trois ans

Table des Illustrations

octobre 2011

Figure 1. Ventilation des enquêtes Internet et des interviews téléphoniques	9
Figure 2. Évolution du nombre d'imprimeurs numériques.....	12
Figure 3. Activité principale de l'entreprise (imprimeurs numériques)	30
Figure 4. Fonction des personnes ayant répondu à l'enquête : 2002-2011 (imprimeurs numériques)	31
Figure 5. Répartition géographique des entreprises (imprimeurs numériques)	31
Figure 6. Nombre de personnes employées : 2002-2011 (imprimeurs numériques).....	32
Figure 7. Nombre d'années d'existence de l'entreprise : 2002-2011 (imprimeurs numériques).....	33
Figure 8. Nombre de points de vente de l'entreprise (imprimeurs numériques).....	33
Figure 9. Entreprises disposant d'une force de vente se déplaçant en clientèle : 2002-2011 (imprimeurs numériques)	34
Figure 10. Effectif Taille de la force de vente se déplaçant en clientèle : 2002-2011..... (imprimeurs numériques).....	35
Figure 11. Niveau de chiffre d'affaires de l'entreprise : 2002-2011 (imprimeurs numériques).....	36
Figure 12. Services offerts : 2002-2011 (imprimeurs numériques)	37
Figure 13. Part des services dans le chiffre d'affaires : 2002-2011 (imprimeurs numériques)	38
Figure 14. Part de la couleur dans le chiffre d'affaires photocopie : 2002-2011 (imprimeurs numériques).....	40
Figure 15. Part de la couleur dans le chiffre d'affaires impression offset : 2002-2011 (imprimeurs numériques)	41
Figure 16. Répartition du chiffre d'affaires impression numérique : 2002-2011 (imprimeurs numériques)	42
Figure 17. Répartition du chiffre d'affaires de l'activité plan : 2002-2011 (imprimeurs numériques).....	44
Figure 18. Répartition du chiffre d'affaires « autres services » : 2002-2011 (imprimeurs numériques)	45
Figure 19. Commande de travaux via site Internet (imprimeurs numériques).....	47
Figure 20. Méthodes de commande (imprimeurs numériques)	48
Figure 21. Fabrication automatisée des travaux commandés via Internet (imprimeurs numériques)	49
Figure 22. Pourcentage du chiffre d'affaires annuel réalisé par Internet (imprimeurs numériques)	50
Figure 23. Niveau de satisfaction avec le Web-to-print (imprimeurs numériques).....	51
Figure 24. Prestations de finition/façonnage offertes : 2002-2011 (imprimeurs numériques).....	53
Figure 25. Répartition du chiffre d'affaires finition/façonnage (imprimeurs numériques).....	54
Figure 26. Finition/façonnage réalisé « on-line » et « off-line » : 2002-2011 (imprimeurs numériques)	55
Figure 27. Croissance du volume d'impression/photocopie : 2011-2014 (imprimeurs numériques).....	58
Figure 28. Croissance du volume d'impression numérique : 2008-2010 (imprimeurs numériques)	59
Figure 29. Évolution du volume de photocopies N&B et couleur : 2011-2014 (imprimeurs numériques).....	60
Figure 30. Évolution du volume d'impressions A4 N&B et couleur : 2011-2014 (imprimeurs numériques).....	61
Figure 31. Évolution du volume d'impressions grand format N&B et couleur : 2011-2014 (imprimeurs numériques)	62
Figure 32. Évolution du volume d'impressions offset N&B et couleur : 2011-2014 (imprimeurs numériques).....	63
Figure 33. Types de documents imprimés : % qui produisent (imprimeurs numériques).....	64
Figure 34. Types de documents imprimés : Pourcentage du chiffre d'affaires (imprimeurs numériques).....	65
Figure 35. Impression de données variables : 2002-2011(imprimeurs numériques)	66
Figure 36. Types d'application d'impression de données variables.....	67
Figure 37. Barrières pour l'impression de données variables couleur (imprimeurs numériques)	68
Figure 38. Chiffre d'affaires annuel par type de clients : 2002-2011 (imprimeurs numériques)	70
Figure 39. Chiffre d'affaires annuel par secteur de l'industrie : 2002-2011 (imprimeurs numériques)	71
Figure 40. Donneurs d'ordre dans les grandes entreprises : 2002-2011 (imprimeurs numériques)	75
Figure 41. Méthodes de promotion des services (imprimeurs numériques)	76
Figure 42. Part de la sous-traitance dans le chiffre d'affaires : 2002-2011 (imprimeurs numériques)	77
Figure 43. Prestations sous-traitées : 2002-2011 (imprimeurs numériques).....	78
Figure 44. Prévisions de croissance de la sous-traitance : 2002-2011 (imprimeurs numériques)	79
Figure 45. Systèmes d'impression installés : 2002-2011 (imprimeurs numériques).....	82
Figure 46. Matériel de finition/façonnage installé (imprimeurs numériques).....	83
Figure 47. Solutions logicielles installées (imprimeurs numériques).....	84
Figure 48. Intentions d'achat de systèmes d'impression (imprimeurs numériques)	85



Table des Illustrations (suite)

Figure 49. Intentions d'achat de matériel de finition/façonnage (imprimeurs numériques).....	86
Figure 50. Tendances du marché les plus importantes (imprimeurs numériques)	87
Figure 51. Vision du marché (imprimeurs numériques)	88
Figure 52. Meilleures opportunités (imprimeurs numériques)	91
Figure 53. Principaux obstacles à surmonter : 2002-2011 (imprimeurs numériques)	92
Figure 54. Relation avec les fournisseurs : 2002-2011 (imprimeurs numériques)	93
Figure 55. Principales améliorations souhaitées (imprimeurs numériques).....	94
Figure 56. Principaux objectifs : 2002-2011 (imprimeurs numériques)	96
Figure 57. Évolution de la répartition du chiffre d'affaires : 2011-2016 (imprimeurs numériques)	97
Figure 58. Réalisation des objectifs en 2010 (imprimeurs numériques).....	98
Figure 59. Prévisions de croissance du chiffre d'affaires (imprimeurs numériques).....	103
Figure 60. Prévisions du taux de croissance du chiffre d'affaires (imprimeurs numériques).....	104
Figure 61. Chiffre d'affaires moyen en fonction du nombre d'employés (imprimeurs numériques).....	105
Figure 62. Niveau d'investissement en matériel : 2010 et 2011 (imprimeurs numériques)	106
Figure 63. Niveau d'investissement en logiciel en 2010 et 2011 (imprimeurs numériques).....	107
Figure 64. Prévisions d'embauche (imprimeurs numériques).....	108
Figure 65. Bénéfice net 2010 en pourcentage du chiffre d'affaires (imprimeurs numériques)	109
Figure 66. Services/applications les plus rentables (imprimeurs numériques).....	110
Figure 67. Services/applications les moins rentables (imprimeurs numériques).....	111
Figure 68. Appartenance à un groupement professionnel (imprimeurs numériques).....	113
Figure 69. Appartenance à un groupement professionnel selon la taille de l'entreprise : 2002-2011 (imprimeurs numériques).....	114
Figure 70. Appartenance à un syndicat professionnel (imprimeurs numériques).....	115
Figure 71. Chiffre d'affaires annuel par secteur de l'industrie : Paris-Provence (imprimeurs numériques)	116
Figure 72. Donneurs d'ordre dans les grandes entreprises : Paris-Provence (imprimeurs numériques).....	117
Figure 73. Meilleures opportunités: Paris-Provence (imprimeurs numériques).....	118
Figure 74. Part du numérique et de l'offset dans le volume d'impression total : Europe et France (imprimeurs numériques).....	119
Figure 75. Part de la couleur dans le volume d'impression numérique : Europe et France (imprimeurs numériques).....	120
Figure 76. Croissance de l'impression grand format en 2011 : Amérique du Nord, Europe et France (imprimeurs numériques).....	122
Figure 77. Utilisation de PURLs : Europe et France (imprimeurs numériques).....	124
Figure 78. Croissance de l'impression numérique de livres 2011-2014 : (Amérique du Nord, Europe et France (imprimeurs numériques)	125
Figure 79. Activité principale de l'entreprise : 2002-2011 (ateliers intégrés)	129
Figure 80. Nombre de personnes employées dans l'entreprise : 2002-2011 (ateliers intégrés).....	130
Figure 81. Répartition géographique des entreprises (ateliers intégrés)	131
Figure 82. Services d'impression/courrier de l'entreprise (ateliers intégrés)	132
Figure 83. Séparation de l'atelier intégré et du centre éditique de l'entreprise : 2002-2011.....	133
Figure 84. Séparation de l'atelier intégré et du centre de traitement du courrier : 2002-2011	133
Figure 85. Fonction des personnes ayant répondu à l'enquête : 2002-2011 (ateliers intégrés).....	134
Figure 86. Nombre de personnes employées dans le service: 2002-2011 (ateliers intégrés)	135
Figure 87. Nombre de sites de production de la société (ateliers intégrés)	136
Figure 88. Activité principale du service (ateliers intégrés).....	137
Figure 89. Services offerts (ateliers intégrés)	138
Figure 90. Part des services dans la facturation interne : 2002-2011 (ateliers intégrés)	139
Figure 91. Part de la couleur dans la facturation interne photocopie : 2002-2011 (ateliers intégrés)	140
Figure 92. Part de la couleur dans la facturation interne d'impression offset : 2002-2011 (ateliers intégrés)	141
Figure 93. Répartition de la facturation interne d'impression numérique (ateliers intégrés).....	142
Figure 94. Répartition de la facturation annuelle de l'activité plan (ateliers intégrés)	145
Figure 95. Répartition de la facturation interne « autres services » (ateliers intégrés)	147
Figure 96. Commande de travaux via site Internet (ateliers intégrés)	149
Figure 97. Méthodes de commande (ateliers intégrés)	150
Figure 98. Prestations de finition/façonnage offertes : 2002-2011 (ateliers intégrés).....	154
Figure 99. Répartition de la facturation interne finition/façonnage (ateliers intégrés).....	155
Figure 100. Finition/façonnage réalisé « on-line » et « off-line » : 2002-2011 (ateliers intégrés)	157



Table des Illustrations (suite)

Figure 101. Croissance du volume d'impression numérique : 2008-2010 (ateliers intégrés).....	159
Figure 102. Évolution du volume de photocopies N&B et couleur : 2011-2014 (ateliers intégrés)	160
Figure 103. Évolution du volume d'impression A4 N&B et couleur : 2011-2014 (ateliers intégrés)	161
Figure 104. Évolution du volume d'impression A4 centralisée et décentralisée : 2011-2014 (ateliers intégrés).....	161
Figure 105. Évolution du volume d'impressions grand format et très grand format couleur : 2011-2014 (ateliers intégrés).....	162
Figure 106. Évolution du volume d'impressions offset N&B et couleur : 2011-2014 (ateliers intégrés).....	163
Figure 107. Types de documents imprimés : % qui produisent (ateliers intégrés)	164
Figure 108. Types de documents imprimés : Pourcentage de la facturation interne (ateliers intégrés)	165
Figure 109. Taux de croissance des documents imprimés : 2011-2014 (ateliers intégrés).....	166
Figure 110. Type d'applications d'impression de données variables (ateliers intégrés).....	167
Figure 111. Part de la sous-traitance dans le chiffre d'affaires : 2002-2011 (ateliers intégrés)	172
Figure 112. Prestations sous-traitées (ateliers intégrés).....	173
Figure 113. Prévisions de croissance de la sous-traitance : 2002-2011 (ateliers intégrés).....	174
Figure 114. Systèmes d'impression installés : 2002-2011 (ateliers intégrés).....	177
Figure 115. Matériel de finition/façonnage installé (ateliers intégrés).....	178
Figure 116. Solutions logicielles installées (ateliers intégrés)	179
Figure 117. Tendances du marché les plus importantes (ateliers intégrés).....	181
Figure 118. Meilleures opportunités (ateliers intégrés).....	182
Figure 119. Principaux obstacles à surmonter (ateliers intégrés)	183
Figure 120. Relation avec les fournisseurs de systèmes d'impression.....	184
Figure 121. Principales améliorations souhaitées (ateliers intégrés)	185
Figure 122. Principaux objectifs (ateliers intégrés).....	186
Figure 123. Évolution de la répartition de la facturation interne : 2011-2016 (ateliers intégrés).....	187
Figure 124. Prévisions d'évolution du budget de fonctionnement (ateliers intégrés)	192

octobre 2011



À PROPOS DU S.I.N.

Le Syndicat de l'Impression Numérique et des services graphiques 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 bimestrielle (S.I.N.ERGIE) 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.

À PROPOS D'INTERQUEST

INTERQUEST est un cabinet d'études et de conseil spécialisé dans le domaine de la publication et de l'impression numérique. Les activités et les services offerts par la société incluent notamment :

Études de marché : 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.

Activité de conseil : INTERQUEST a réalisé 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.

Séminaires et forums de l'industrie : Depuis plus de sept ans, 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.

Livres et guides : INTERQUEST a publié un ensemble de livres et guides qui sont utilisés comme outils de formation par de nombreuses sociétés (constructeurs et vendeurs de matériel d'impression, prestataires de services, etc.) ainsi que par les centres d'impression des entreprises.

INTERQUEST: PO Box 6568 Charlottesville, VA 22906 USA Tel : 00-1-434/979-9945 Fax : 00-1-434/979-9959

E-mail : iquest@inter-quest.com Web : www.inter-quest.com