

The drupa logo consists of the word "drupa" in a bold, lowercase, sans-serif font. The letters are white and set against a red background that features a white grid pattern of small squares.

Global Trends



4ème rapport de la drupa sur les tendances mondiales 2017

Introduction

Nous avons le plaisir de vous présenter le résumé analytique du quatrième rapport Global Trends de la drupa sur les tendances mondiales, qui rapporte les données économiques clés et reflète l'évolution du marché de l'imprimerie mondiale. Dans le sillage du succès enregistré par la drupa au printemps 2016, Messe Düsseldorf a renouvelé son panel d'experts en accueillant de nouveaux imprimeurs et fournisseurs venus au salon. L'enquête menée en octobre 2016 a attiré près de 1200 participants, représentatifs de tous les principaux secteurs du marché et de toutes les régions du monde. Nous tenons tout d'abord à les remercier de leur participation.

Chaque automne, nous proposons deux enquêtes séparées pour les imprimeurs et les fournisseurs, certaines questions étant communes aux deux secteurs et d'autres étant plus spécifiques à chaque groupe, et donc plus pertinentes. 839 imprimeurs ont répondu, et si une grande majorité d'entre eux étaient européens (525), le reste du monde était bien représenté dans toutes ses régions (314). Étant donné le nombre relativement faible des fournisseurs, nous sommes ravis que 331 nous aient répondu, dont 220 pour l'Europe. Cette fois encore, les autres régions du monde étaient bien représentées.

Messe Düsseldorf, en tant qu'organisateur de la drupa, tient à remercier ses deux partenaires qui ont dirigé et signé cette série de rapports, à savoir Printfuture (Royaume-Uni) et Wissler & Partner (Suisse).

Nous espérons que vous apprécierez les informations dispensées dans ce rapport. Nous serions ravis de connaître votre point de vue à cet égard. Vous pouvez nous le communiquer par courrier électronique à l'adresse drupa-expert-panel@drupa.de.

L'équipe drupa
Mars 2017

Rapport drupa Global Trends, mars 2017



Résumé analytique

Une belle histoire pour la plupart des imprimeurs et fournisseurs d'une grande partie du monde

Nous avons il y a deux ans dépeint une image quasi-universellement positive des imprimeurs comme des fournisseurs, qui attestaient de la bonne santé économique de leur société. Nous avons alors appelé cette image « baromètre drupa de la confiance économique ». Cette image était l'an passé plus contrastée : certaines régions s'en sortaient bien quand d'autres devaient lutter. Nous observons en 2016 une image similaire, avec cependant un creusement des écarts.

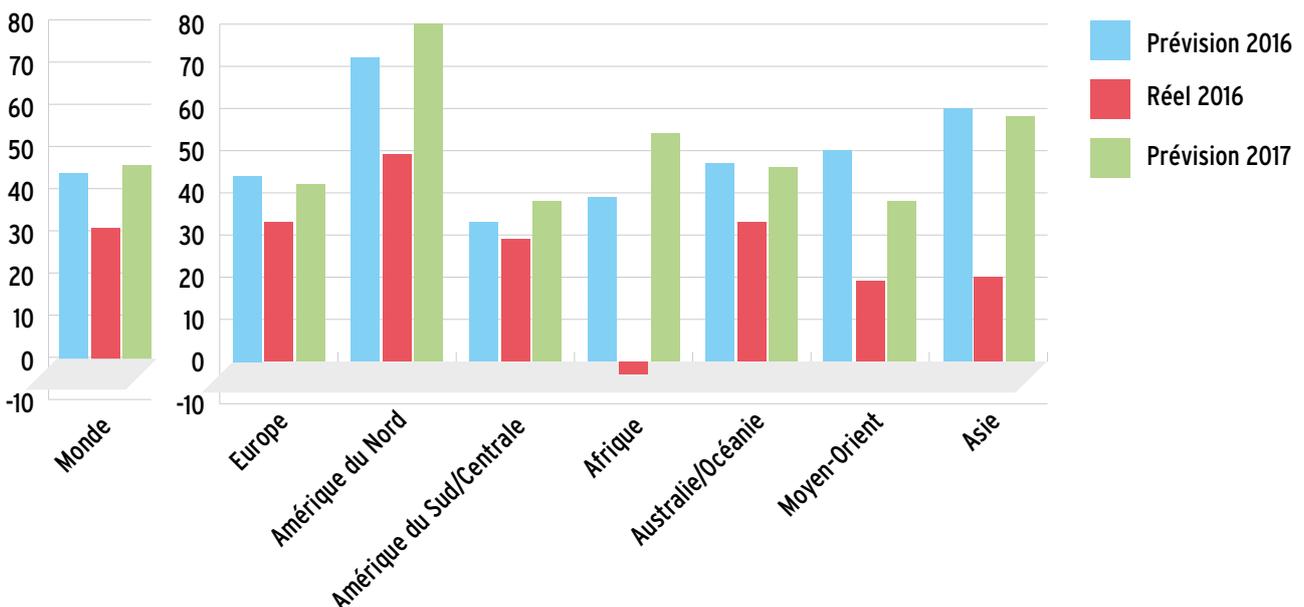
Néanmoins, à l'échelle du monde, 42 % des imprimeurs¹ indiquent que leur activité atteste d'un « bon » état économique, quand 11 % trouvent leur situation « médiocre ». Nous

enregistrons ainsi un solde net positif de 31 %. C'est ce « solde net » que nous reprenons dans le tableau suivant, et qui est utilisé dans de nombreux autres schémas. Comme toujours, les prévisions pour l'année suivante sont un peu plus positives que ne l'est la réalité de l'année d'après, mais dans certains cas, la différence est saisissante. C'est par exemple le cas de l'Afrique, qui rapporte un déclin net de la confiance. C'est la première fois qu'une région fait une telle affirmation depuis que nous avons débuté ces rapports, en 2013.

1. Vous trouverez en annexe le nombre d'imprimeurs participants, par marché et par région. Les fournisseurs participants donnant leur avis pour une région peuvent être effectivement basés dans cette région, ou non. Comme la plupart des fournisseurs desservent le plus souvent plusieurs marchés, nous n'avons pas dans ce cas tenté d'analyse par marché.

Baromètre drupa 2017 des imprimeurs - confiance économique

Solde net positif/négatif, %



Comment qualifieriez-vous la situation économique actuelle de votre entreprise?
Et quelles sont vos prévisions pour les 12 prochains mois concernant la situation économique de votre entreprise ?

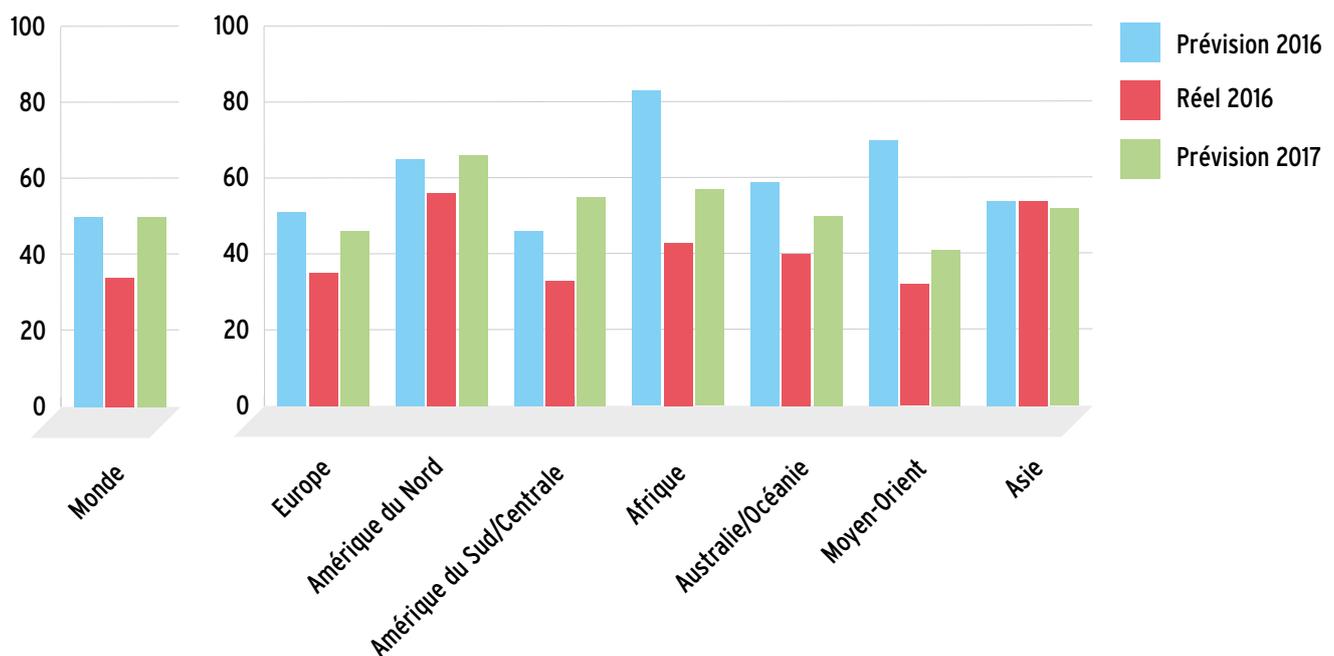
Si nous explorons dans le détail les différents marchés cible, on relève que les imprimeurs spécialistes du fonctionnel et de l'emballage sont plus confiants au niveau mondial que les imprimeurs commerciaux, eux-mêmes affichant cependant un plus grand optimisme que les imprimeurs de l'édition. Ce modèle est inchangé depuis 2013. La tendance mondiale cependant masque d'énormes variations au niveau régional. Les imprimeurs de l'édition d'Afrique et d'Asie affichaient une plus grande confiance que les imprimeurs commerciaux, quand on observe

la tendance inverse en Australie/Océanie et au Moyen-Orient.

Pour les fournisseurs, il s'agit généralement aussi d'une belle histoire, 56 % faisant état de la « bonne santé économique » de leur entreprise, quand seuls 6 % rapportent un état « médiocre », soit un solde net positif de 50 %, à savoir le espace insécable même que l'an passé. Bizarrement pourtant, les variations régionales sont cette année moins importantes que l'an passé.

Baromètre drupa 2017 des fournisseurs - confiance économique

Solde net positif/négatif, %



Comment qualifieriez-vous la situation économique actuelle de votre entreprise ? Et quelles sont vos prévisions pour les 12 prochains mois concernant la situation économique de votre entreprise ?

Il semblerait qu'une perspective plus prudente (et peut-être aussi plus réaliste) émerge parmi les imprimeurs et fournisseurs en général. Le récapitulatif économique du rapport principal montre que cette prudence est fondée.

Car les chiffres plus détaillés de la performance financière des imprimeurs et fournisseurs tendent à étayer cette opinion plus prudente.

Les imprimeurs à l'échelle du globe rapportent des baisses de prix continues, qui sont compensées par une augmentation du taux d'utilisation. Il s'ensuit une augmentation des revenus au total, mais au détriment des marges.

Mesures mondiales de la performance financière des imprimeurs

Solde net positif/négatif, %



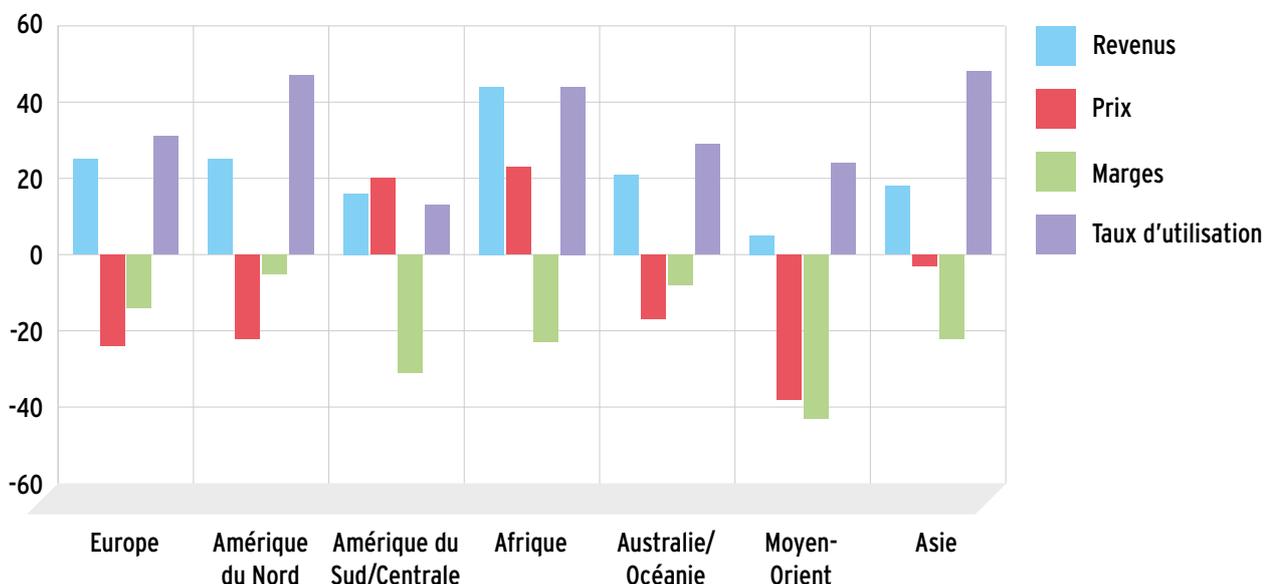
Comment le chiffre d'affaires de votre entreprise, les prix, les marges, le taux d'utilisation et le prix du papier/support ont-ils évolué au cours des 12 derniers mois?

Si l'on se penche sur les données par région et par secteur de marché, l'image est plus complexe. On enregistre ainsi en Amérique du Sud/Centrale et en Afrique des augmentations nettes de prix quand le Moyen-Orient rapporte un sévère recul des prix et des marges. De façon similaire, les imprimeurs de l'édition en

Amérique du Nord accusent des baisses de revenus, ainsi qu'une réduction des prix et du taux d'utilisation. En Amérique du Sud/Centrale et en Afrique en revanche, ce sont des hausses qui sont mentionnées pour ces trois composantes.

Mesures financières 2016 des imprimeurs, par région

Solde net positif/négatif, %



Comment le chiffre d'affaires de votre entreprise, les prix, les marges et le taux d'utilisation ont-ils évolué au cours des 12 derniers mois?

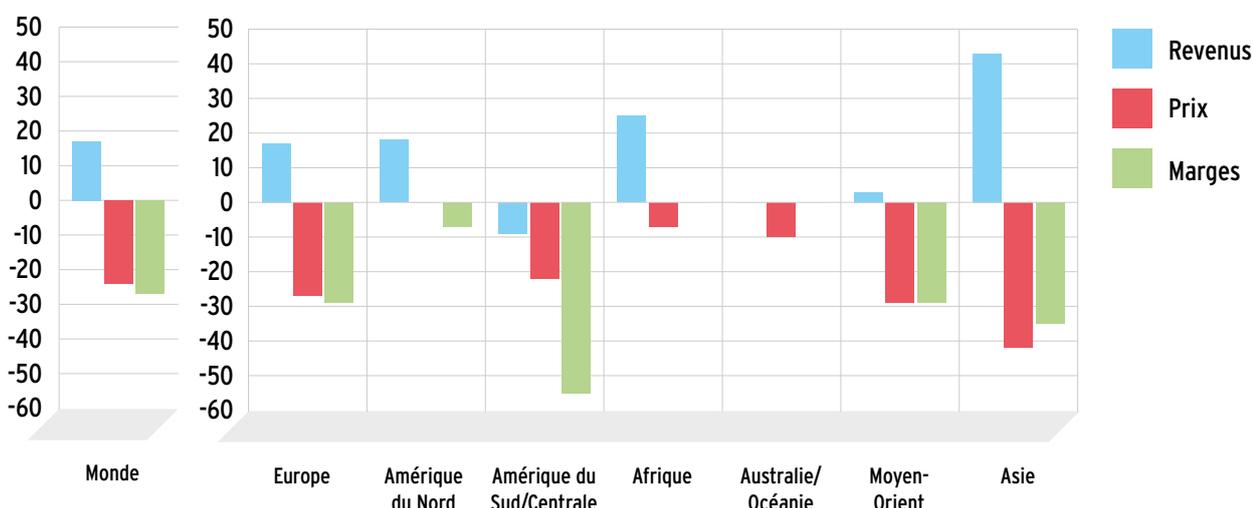
Malgré un recul général des marges, le nombre d'employés continue d'augmenter dans le monde, avec un solde net de + 9 %, qui oscille plus précisément entre + 21 % en Amérique du Nord et 0 % en Amérique du Sud/Centrale et en Australie/Océanie. Si le nombre d'employés en production augmente de 9 % à l'échelle de la planète, le personnel administratif est lui en léger recul, de 2 %. Dans les régions plus développées, le nombre d'employés chez les imprimeurs de l'édition connaît une baisse

importante, par exemple un recul de 21 % pour l'Amérique du Nord.

Pour les fournisseurs, le modèle mondial est similaire, avec des revenus en hausse de 17 % mais une baisse des prix de 24 % et un recul des marges de 27 % (qui est pourtant le meilleur solde net depuis trois ans, à savoir le moins négatif). Cette image est pourtant encore hétérogène, le Moyen-Orient et l'Amérique Centrale/du Sud connaissant bien des difficultés.

Mesures de la performance financière des fournisseurs - soldes nets

Solde net positif/négatif, %



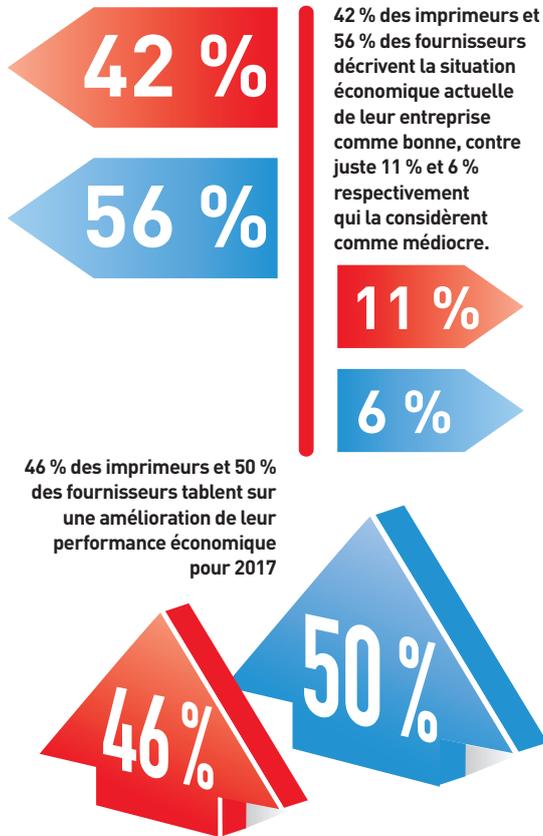
Comment le chiffre d'affaires de votre entreprise, les prix et les marges ont-ils évolué au cours des 12 derniers mois ?

Vous devez probablement vous attendre à ce que la situation financière sur les marchés mondiaux et régionaux affecte tout autant les imprimeurs que les fournisseurs. Mais ce n'est pas le cas. Mondialement, les imprimeurs rapportent de meilleures situations financières cette année, dans toutes les rubriques (à l'exception du délai moyen de recouvrement, qui reflète une situation pire ; il en est de même pour les fournisseurs). Les fournisseurs, eux, rapportent une dégradation sur tous les tableaux, les conditions s'aggravant en particulier en Amérique du Sud/Centrale, en Afrique et au Moyen-Orient (les imprimeurs sont d'accord dans ces régions).

L'impression est une industrie très diversifiée dès qu'il est question des technologies

d'impression utilisées. Quatorze des seize technologies citées ont enregistré une pénétration supérieure ou égale à 10 % sur au moins un des secteurs de marché. Dans l'ensemble, les presses numériques feuille couleur à toner mènent la danse, avec une marge importante en termes de solde net positif des volumes d'impression en 2016 (+ 25 %). Vient ensuite la rotative numérique couleur à jet d'encre, avec + 11 %. Les choses sont moins simples quand on les considère par secteur de marché. On enregistre par exemple une croissance globale de l'offset feuille (+ 8 %), largement associée aux marchés de l'édition et de l'emballage, quand la croissance globale du flexo (+ 8 %) est acquise grâce aux marchés de l'emballage et du fonctionnel.

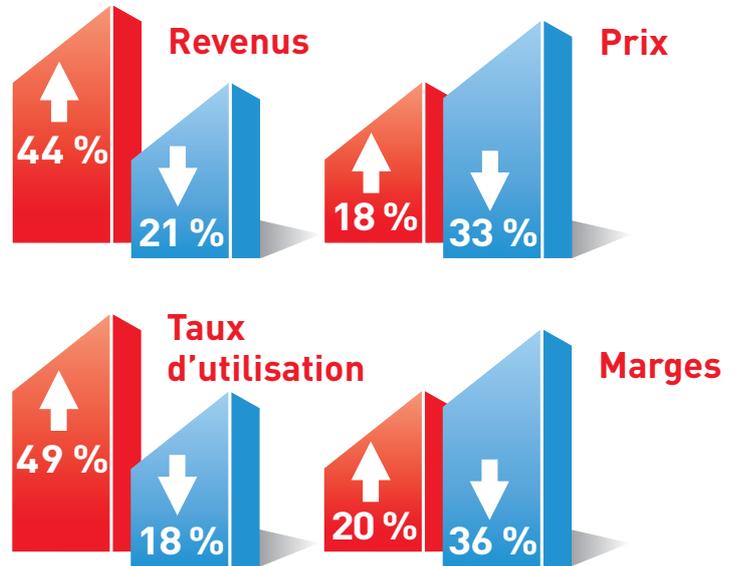
Comment se portent les entreprises ?



Principales mesures financières pour les imprimeurs

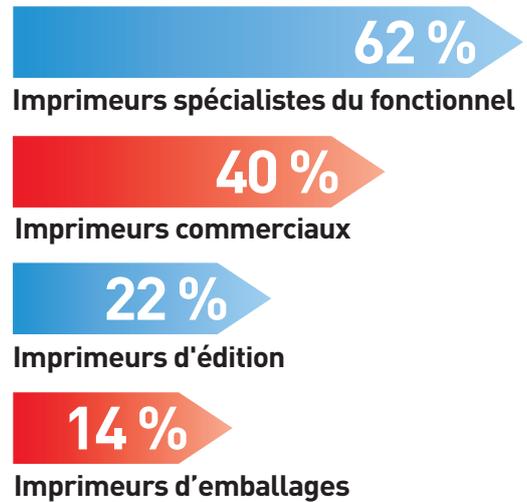
Augmentation rapportée

Baisse rapportée

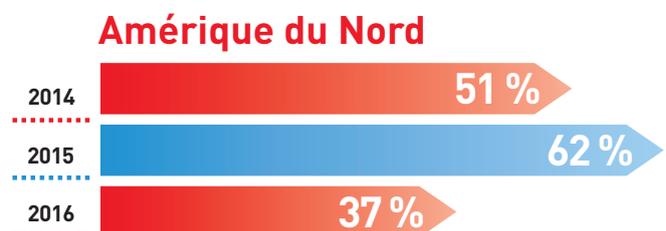
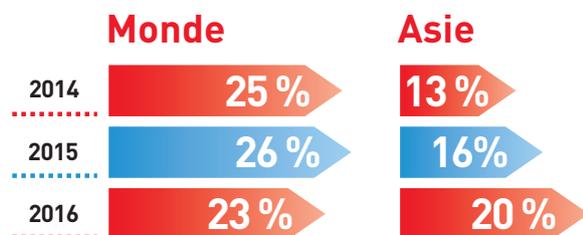
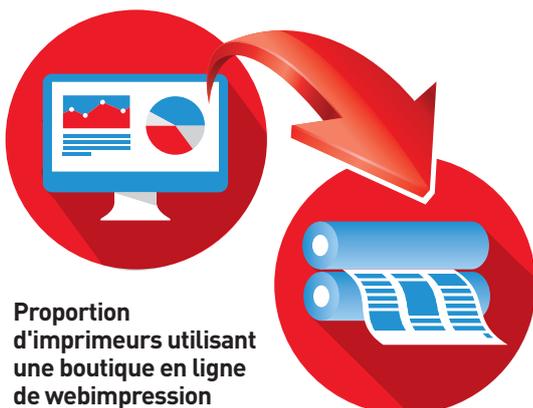


Impression numérique

Proportion d'imprimeurs rapportant plus de 25 % de leur chiffre d'affaires sur le numérique



Webimpression



Les anciennes tendances de la composition de l'impression conventionnelle se sont poursuivies cette année, avec des tirages sans cesse plus courts, des délais sans cesse réduits et une augmentation incessante du nombre de jobs. Nous avons pourtant été considérablement surpris en considérant la transition apparemment irréversible vers l'impression numérique. Pour la première fois en effet, nous avons assisté à une réduction, certes faible mais évidente, de la proportion du chiffre d'affaires découlant de l'impression numérique. Si on explore plus attentivement les différents secteurs, il est clair que le plus grand impact de l'impression numérique touche les marchés du fonctionnel, suivis du commercial puis de l'édition, quand l'impact du numérique reste à ce jour modeste pour l'emballage.

Il est aussi décevant de constater que la proportion de l'impression numérique valorisée par les données variables refuse obstinément de croître. En 2013, 19 % des imprimeurs qui utilisaient alors l'impression numérique indiquaient que plus de 25 % de leur impression numérique était associée aux données variables, quand ce chiffre est de 18 % pour l'année 2016. Attendu que les données variables sont le principal composant à valeur ajoutée de l'impression numérique, cette tendance est plutôt alarmante.

Autre chiffre marquant cette année : une baisse importante de la proportion des imprimeurs disant avoir une installation de webimpression/boutique en ligne. Après plusieurs années d'augmentation constante, celle-ci est vraiment significative cette année, avec un recul de 3 %. Toutes les régions ne connaissent pas ce recul, mais certaines accusent une baisse vraiment conséquente. C'est par exemple le cas de l'Amérique du Nord (25 %).

Capital immobilisé

Suite au succès de la drupa du printemps 2016, nous avons recruté un nouveau panel d'experts drupa parmi les participants. Tous ont pu découvrir une véritable démonstration technique de ce que sera le futur de l'industrie de l'impression. Il est donc tout naturel que les entreprises aient des plans ambitieux pour investir dans ce futur. Les imprimeurs

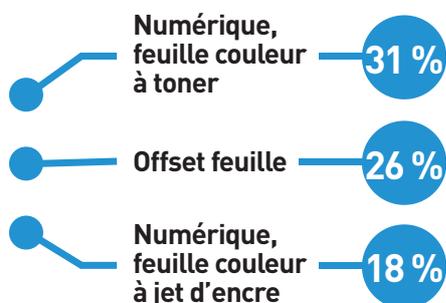
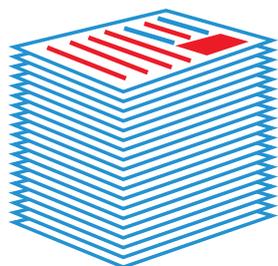
de toutes les régions, à la seule exception du Moyen-Orient, attestent d'une hausse du capital immobilisé. Les imprimeurs du fonctionnel et de l'emballage se montrent plus confiants pour augmenter les niveaux d'investissement que ceux des secteurs de l'édition et de l'impression commerciale. Pour la première fois, l'investissement dans la finition est la priorité absolue. La seconde place revient à la technologie d'impression. L'investissement reste pourtant important en prépresse/flux de production/SIG car les imprimeurs commencent à comprendre la nécessité d'une plus grande automatisation.

Si l'on considère maintenant les plans d'investissement dans la technologie d'impression, l'offset feuille au total a raflé la première place au numérique feuille couleur à toner. Le numérique feuille couleur à jet d'encre connaît, lui, une véritable envolée, pour partager la troisième place avec le flexo. En considérant les différents secteurs de marché, on constate pour la première fois depuis que ce rapport existe, depuis 2013 donc, que chaque secteur de marché est dominé par une technologie différente. Le numérique feuille couleur à toner prend la tête en impression commerciale, l'offset feuille en édition, le flexo en emballage, et le numérique bobine couleur à jet d'encre pour le fonctionnel.

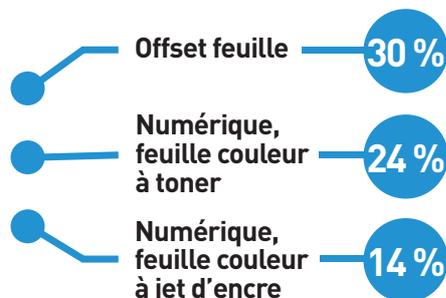
Les plans d'investissement en capital des fournisseurs restent conséquents, la plupart des régions du monde prévoyant du reste une augmentation nette. Les exceptions sont les régions qui doivent lutter en termes de performances, par exemple l'Amérique du Sud/Centrale et le Moyen-Orient. Le type d'investissement de loin le plus populaire concerne la mise en place de nouveaux canaux de vente (46 %), mais même le type le moins populaire, à savoir recherche et développement, est aujourd'hui à son meilleur niveau, avec un chiffre de 20 %. L'an prochain, les fournisseurs dépenseront plus en marketing, et si les salons commerciaux et la formation aux produits restent les utilisations les plus courantes de ce budget, contenu et éducation en ligne représentent presque l'outil de soutien à la clientèle qui connaît la progression la plus fulgurante.

Principaux plans d'investissement dans les technologies d'impression

Impression commerciale



Édition

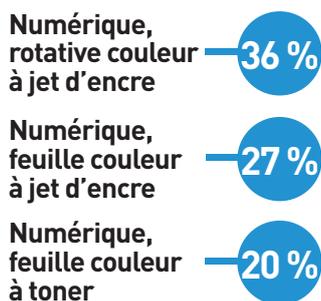
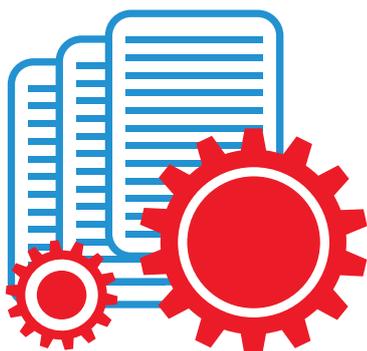


Emballage

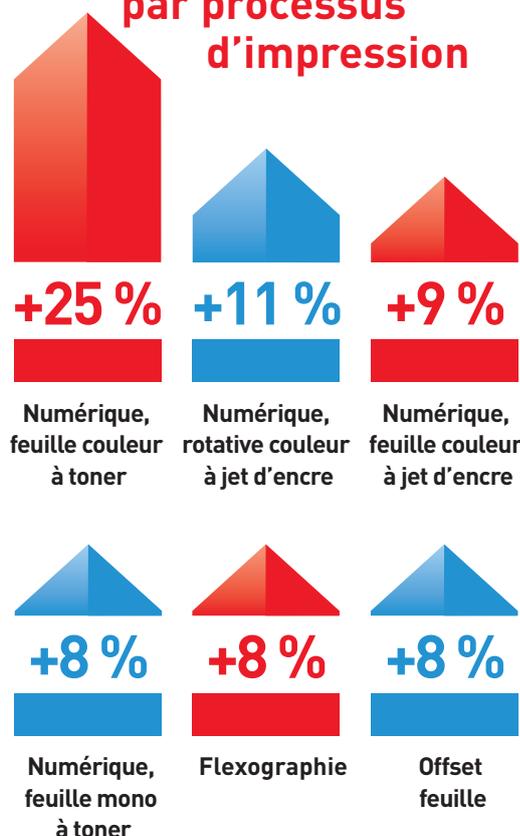


Trois technologies se partagent la 3e place :
 Numérique, feuille couleur à toner
 Numérique, rotative couleur à jet d'encre
 Hybride offset/flexo/numérique

Impression fonctionnelle



Modification des volumes, par processus d'impression



Les principaux moteurs de l'investissement

52% Finition

51% Technologie d'impression

42% Prépresse/Flux/SIG

Sur le plan de la stratégie, imprimeurs et fournisseurs s'accordent à dire que le plus gros frein à la croissance est le manque de demande, qui génère une féroce concurrence. Si maintenant nous examinons de plus près les raisons de ce manque, nous remarquons que pour les imprimeurs, c'est la recherche de nouveaux clients qui est la tâche la plus délicate, quand les fournisseurs estiment que c'est la formation concurrentielle des prix. Quant au meilleur moyen d'améliorer la rentabilité, les imprimeurs ont foi dans l'alliance d'une réduction de personnel/amélioration de la productivité et de nouvelles technologies, alors que les fournisseurs se fient tant aux nouveaux produits qu'aux nouveaux canaux de vente.

Les tendances spécifiques des marchés

Les imprimeurs commerciaux, qui devaient affronter l'impact des communications numériques, ont été encouragés à trouver de nouveaux flux de revenus, par le biais des nouveaux services à valeur ajoutée. Nous disposons désormais de quatre années de données, et nous pouvons dire que nous n'avons aucun signe tangible d'une telle croissance, à l'exception de l'impression grand format, qui est passée de 37 % en 2013 à 50 % en 2016. Pour l'offre de nouveaux services, l'Amérique du Nord ouvre la voie, mais même dans cette région, on relève déjà des signes d'une réduction de la gamme des services proposés. Les services multicanaux ou cross-médias restent une application minoritaire (18 % pour le monde), même si l'Amérique du Nord est cette fois encore bien en tête (38 %).

Ce sont les imprimeurs de l'édition qui ont le plus de mal à s'adapter aux médias numériques, comme cela ressort clairement du rapport. De plus en plus de titres ont des éditions en ligne, ce qui s'accompagne d'une réduction conséquente de leur circulation, bien que le nombre de titres perdus pour les seules éditions en ligne reste très faible. D'autres moyens de création de valeur ajoutée, comme

la personnalisation, le versioning et le contenu variable, sont en progression, mais celle-ci reste lente (une fois encore, c'est l'Amérique du Nord qui ouvre la voie). Relativement peu d'imprimeurs de l'édition ajoutent en fait des services à valeur ajoutée en plus des opérations historiques que sont le prépresse, les services de conception et les options de stockage/gestion optimale.

L'impact du média numérique à ce jour est faible pour les imprimeurs de l'emballage, et tous restent confiants, dans toutes les régions. D'autre part, le niveau d'adoption des articles à valeur ajoutée reste modeste dans la plupart des cas, les fonctions interactives étant le choix le plus fréquent. Il est clair que l'impression numérique commence à avoir un réel impact (32 % la proposent à l'échelle du globe), essentiellement pour les étiquettes, mais les produits flexibles et cartons pliants arrivent ensuite, et des signes montrent que le carton ondulé est aussi touché.

Pour les imprimeurs du fonctionnel, la situation reste très favorable : la plupart des acteurs sur ce marché peuvent réduire leurs ressources et profiter de bons taux de croissance dans la plupart des applications. Le jet d'encre est alors la première technologie d'impression pour la plupart des applications (un passage de 61 % en 2014 à 74 % en 2016).

En conclusion

Après le succès remporté par la drupa au printemps 2016, cette enquête propose un soutien statistique, qui montre que le monde de l'impression récupère des deux coups qui lui ont été portés, à savoir la récession mondiale et l'impact des communications numériques. Les imprimeurs relatent des améliorations constantes de leur chiffre d'affaires, qui compensent les baisses des tarifs et des marges, et de solides plans d'investissement en capital. Pour les fournisseurs, l'amélioration des revenus et des marges, associée une nouvelle fois à des plans d'investissement importants, laissent présager un avenir agréable.

Mais ces bonnes nouvelles ne sont pas universelles. Si l'impression du fonctionnel et de l'emballage connaissent une expansion, l'impression de l'édition fonctionne sur un mode plus défensif, quand l'impression commerciale se

situe quelque part entre les deux. En termes de régions, le Moyen-Orient connaît des problèmes chroniques qui sapent la performance, et l'Afrique comme l'Amérique Centrale/du Sud restent fragiles.

Toutes les entreprises d'impression doivent poursuivre leur adaptation et répondre aux défis du marché qui s'imposent à eux. Celle-ci devra se traduire par une approche inflexible de l'efficacité et de l'automatisation, qui devra être menée tout en apprenant de nouvelles compétences et en mettant en place de nouveaux services à valeur ajoutée. Mais nous avons tout de même le plaisir d'affirmer que dans l'ensemble, l'impression a retrouvé la pêche !