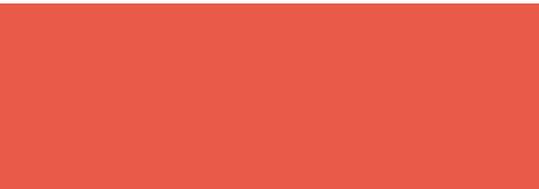




Survole de l'industrie de l'enseigne au Canada



Cette publication a été réalisée par l'Association canadienne de l'enseigne (ACE) à l'intention des fabricants d'enseignes et des planificateurs municipaux. Nous espérons que ces renseignements sauront présenter l'industrie de l'enseigne canadienne, expliquer les différents secteurs de cette dernière, et susciter une discussion sur les tendances et sur les futures occasions.

L'Association canadienne de l'enseigne souhaite remercier les membres du comité des relations gouvernementales de l'ACE pour leur participation à la recherche et à la création de cette publication. Nous vous sommes reconnaissants pour votre temps et vos efforts.

© 2015 Association canadienne de l'enseigne. Tous droits réservés.



Association canadienne de l'enseigne

1 rue Yonge, bureau 1801

Toronto, ON, M5E 1W7

T: (905) 856-0000

F: (905) 856-0064

info@sac-ace.ca

www.sac-ace.ca

SUIVEZ-NOUS SUR



www.facebook.com/sacace



@sacace

Résumé



revenu de
3 milliards \$



L'industrie canadienne de l'enseigne est une industrie de plusieurs milliards de dollars. Elle est unique, car elle regroupe un bon nombre de professions : installateurs d'enseignes, fabricants, soudeurs, électriciens, concepteurs graphiques, rédacteurs techniques, urbanistes, spécialistes en demandes de permis, vendeurs, administrateurs, etc.

La présente étude sur l'industrie canadienne de l'enseigne s'inscrit dans un mouvement généralisé pour faire connaître cette industrie à l'échelle du Canada. Nos recherches approfondies nous ont permis de constater que l'industrie canadienne de l'enseigne est plus importante et plus influente qu'on ne le croirait.

Bien que la fabrication d'enseignes conventionnelle occupe toujours la majeure partie de l'industrie totale de l'enseigne, les statistiques les plus récentes laissent entrevoir une croissance importante pour les enseignes numériques.

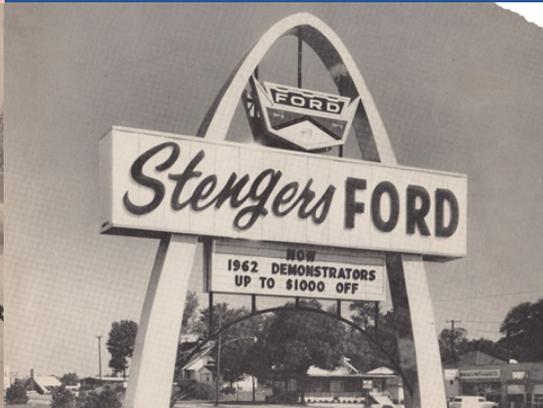
Selon les données que nous avons recueillies, l'industrie canadienne de l'enseigne comprendrait environ 4 000 entreprises et près de 20 000 employés en 2015, et produirait au total un revenu de plus de 3 milliards de dollars canadiens.

L'étude a pour but de présenter l'industrie canadienne de l'enseigne telle qu'elle est au 21^e siècle, d'explorer ses différents secteurs, de susciter une discussion sur les tendances et d'examiner les occasions qui se présenteront à l'avenir.

L'évolution de l'industrie de l'enseigne

Il est de plus en plus difficile de définir ce qu'est une enseigne. Aux débuts, la définition d'une enseigne était simple. Il s'agissait d'un message affiché sur un mur, un poteau, un toit ou la façade d'un bâtiment. Aujourd'hui, la fabrication d'enseignes est devenue plus qu'une question de support électrique ou non électrique : on trouve désormais des enseignes et des écriteaux en plastique, en bois, en vinyle et en verre; des panneaux électriques lumineux; des enseignes de métal; des enseignes au néon; des plaques et des tableaux d'affichage.

Les plus récents progrès technologiques dans la fabrication d'enseignes ont quelque peu effacé les anciennes frontières de l'industrie. Les enseignes et l'impression numériques jouent désormais un rôle majeur dans l'industrie, comme le prouve leur omniprésence au Salon national d'enseignes graphiques CONSAC de l'ACE et à l'International Sign Expo de l'International Sign Association, les deux plus importantes foires commerciales d'enseignes et sans doute aussi les meilleurs endroits pour prendre le pouls des tendances de l'industrie en Amérique du Nord.¹



Définition



Dans une récente étude d'Ernst and Young commandée par l'International Sign Association, l'industrie de l'enseigne est définie comme étant composée d'entreprises qui conçoivent, fabriquent, installent, entretiennent et réparent des produits d'affichage (comme des enseignes en papier, des enseignes numériques et des enseignes conventionnelle).² Nous empruntons cette définition pour les besoins de notre analyse.

Les gouvernements canadien, américain et mexicain classifient les établissements commerciaux selon leur activité principale, comme définie dans le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Dans cette étude, nous respecterons ce système de classification recommandé par le gouvernement, car il s'agit actuellement du cadre statistique le plus objectif et le plus apte à faciliter l'analyse de l'industrie de l'enseigne.

À la Figure 1, vous trouverez les différents secteurs de l'industrie canadienne de l'enseigne, ainsi que des descriptions et des exemples pour chaque type d'établissement nommé.



Secteurs de l'industrie canadienne de l'enseigne

Figure 1 – Secteurs de l'industrie canadienne de l'enseigne ³

Secteur	Description	Exemples illustratifs
Fabrication d'enseignes conventionnelle SCIAN # 339950	Établissements dont l'activité principale est la fabrication d'enseignes et d'affiches similaires de n'importe quel matériau, sauf le papier et le carton.	Enseignes électriques, dont les centres de messages électroniques et l'affichage dynamique numérique; enseignes non électriques, dont les enseignes et les écriteaux en plastique, en bois, en vinyle et en verre; panneaux-réclame; panneaux électriques lumineux; enseignes de métal; enseignes au néon; plaques; tableaux d'affichage
Publicité par affichage SCIAN # 54185	Établissements dont l'activité principale consiste à créer du matériel publicitaire tel que des affiches imprimées, peintes ou électroniques, et à le placer sur des panneaux-réclames à l'intérieur ou à l'extérieur, dans des centres commerciaux, à l'intérieur ou à l'extérieur des véhicules ou des installations des réseaux de transport en commun, et ailleurs.	Services publicitaires (affichage intérieur ou extérieur), services de publicité par affiche, agences de panneaux publicitaires, affichage publicitaire, services d'installation d'étalage, emplacements pour enseignes et affichage, services de location, services d'affichage publicitaire en magasin; services d'affichage publicitaire dans les transports en commun.
Impression numérique SCIAN # 323115	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.	Impression numérique et ateliers d'impression numérique (p. ex., panneaux publicitaires, autres documents graphiques grands formats et haute résolution). Les établissements de cette classe 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.
Produits promotionnels au Canada - Services de lettrage d'enseignes et d'affiches SCIAN # 54189	Établissements qui ne figurent dans aucune autre classe et dont l'activité principale consiste à fournir des services liés à la publicité	<p>Selon IBISWorld⁴, les services de lettrage d'enseignes et d'affiches comptent pour 9,5 % du secteur des produits promotionnels.</p> <p>Exemples de services de lettrage d'enseignes et d'affiches : services de lettrage sur les portes et les fenêtres, services de peinture et de lettrage d'enseignes</p>

Secteurs de l'industrie canadienne de l'enseigne

Certes, les codes SCIAN constituent actuellement la meilleure source de données de l'industrie, mais il est important de noter que certaines entreprises liées à la fabrication d'enseignes se classent dans plus d'un secteur. Par exemple, l'impression numérique (SCIAN 323115) fait partie de la classe générale de l'impression (SCIAN 32311), mais les données pour ce sous-secteur ne sont pas aussi abondantes que celles pour l'impression. Dans la même veine, le lettrage d'enseignes et d'affiches tombe dans la catégorie des produits promotionnels (SCIAN 54189).

Il existe également des entreprises qui participent à la production d'enseignes, mais qui appartiennent à d'autres industries. Les firmes de graphisme, par exemple, travaillent sur la conception des enseignes avec les fabricants. On prévoit des revenus de 1,4 milliard de dollars pour le secteur du graphisme en 2015, ainsi qu'une augmentation des revenus de 3,2 % au cours des 5 prochaines années pour cette industrie qui compte 6 638 entreprises au Canada.⁵ Il faut également tenir compte des fournisseurs de services de réparation, d'entretien et d'installation qui travaillent de concert avec les fabricants d'enseignes, sans compter les grandes entreprises de fournisseurs d'enseignes qui distribuent des produits comme des supports, des supports numériques et imprimés, des panneaux en vinyle, de l'encre, des présentoirs et des cadres d'enseignes, du solvant pour petites et grandes machines, des imprimantes UV, etc. De plus, l'industrie comprend des cabinets de planification qui se spécialisent, entre autres, dans les processus de délivrance de permis pour les enseignes.

En somme, l'industrie de l'enseigne a l'unique particularité de regrouper une vaste gamme de professions sous un même titre, et il faut tenir compte de cette caractéristique dans l'estimation des retombées économiques de l'industrie canadienne de l'enseigne.

Les données liées au revenu indiquées dans les figures 2 et 3 ne représentent que les secteurs de fabrication d'enseignes définis par les codes SCIAN. Toutefois, compte tenu de toutes les industries qui participent à la fabrication d'enseignes, les estimations présentées ici sont prudentes.

Revenu de l'industrie de l'enseigne canadienne

Figure 2 – Sommaire global de l'industrie canadienne de l'enseigne en 2015 et projections pour les cinq prochaines années⁶

Secteur	Revenus manufacturiers en 2015 (en milliards de dollars)	Profits (en millions de dollars)	Valeur manufacturière ajoutée (en millions de dollars)	Taux de croissance annuel (2010-2015)	Croissance annuelle projetée (2015-2020)	Nombre d'employés	Total des traitements et des salaires (en millions de dollars)	Moyenne du salaire annuel par employé (\$ par année)	Nombre d'entreprises	Répartition provinciale (% au Canada)
Fabrication d'enseignes conventionnelle (SCIAN 33995)	1,36 \$	43,6 \$	513,5 \$	1,2 %	0,5 %	9 647	419,9 \$	43 526 \$	1 840	1. Ontario : 41,0 % 2. C.B. : 16,4 % 3. Québec : 15,7 % 4. Alberta : 13,6 %
Publicité par affichage (SCIAN 54185)	1,1 \$	119,8 \$	472,7 \$	2,5 %	3,4 %	5 847	252,1 \$	42 398 \$	1 138	1. Ontario : 47,2 % 2. Québec : 17,7 % 3. Alberta : 13,2 % 4. C.B. : 12,1 %
Impression numérique (SCIAN 323115) ⁷ Sauf indication contraire, toutes les statistiques datent de 2010.	0,43 \$					2 703	119 \$		713 (en décembre 2013)	1. Ontario : 47,0 % 2. Québec : 18,9 % 3. C.B. : 16,7 %
Services de lettrage d'enseignes et d'affiches (SCIAN 54189) (9,5 % des produits promotionnels au Canada)	0,152 \$					1 481	44,8 \$		318	SCIAN au complet 1. Ontario : 45,6 % 2. Québec : 22,3 % 3. C.B. : 14,2 % 4. Alberta : 11,1 %

Termes clés :

Les revenus manufacturiers comprennent la valeur des biens fabriqués par ses établissements, y compris le travail exécuté sur mesure et la réparation, ainsi que les biens fabriqués en vertu d'un contrat. Leur valeur est indiquée en dollars canadiens courants.

La valeur manufacturière ajoutée est égale à la valeur marchande des biens produits par l'industrie moins le coût des biens et services employés pendant la fabrication. La valeur ajoutée de l'industrie correspond également à la contribution de l'industrie au PIB, ou au profit plus les traitements et l'amortissement.

Revenu

Fort d'un revenu de 1,36 milliard de dollars en 2014-2015, le secteur de la fabrication d'enseignes conventionnelle est le plus important de l'industrie de l'enseigne. Il a connu un taux de croissance de 1,2 % par année au cours des 5 dernières années, et devrait demeurer stable pour les 5 années à venir. Comme beaucoup d'autres industries manufacturières, l'industrie de l'enseigne a connu une légère contraction lors du ralentissement économique de 2008. Toutefois, la reprise économique actuelle devrait entraîner une demande accrue pour la publicité et les nouvelles enseignes et, par conséquent, une hausse des revenus et des profits.

Le secteur de la publicité par affichage, qui comprend l'affichage intérieur et extérieur, a connu une croissance de 2,5 % par année au cours des 5 dernières années. Selon les prévisions, il devrait continuer de croître à un taux de 3,4 % par année sur le plan du revenu et de 3,3 % pour le nombre d'employés dans les 5 prochaines années. Notons également qu'en plus des hausses de revenu et du nombre d'employés, « le total des traitements devrait également augmenter au cours des cinq prochaines années, car la demande croissante pour l'affichage numérique nécessitera une main-d'œuvre plus qualifiée et le recyclage de certains employés actuels.⁹»

Les résultats d'un sondage mené récemment lors de l'ISA International Sign Expo, le 2015 State of the Industry Survey de l'International Sign Association, confirment la hausse de la demande pour l'affichage dynamique numérique. Grâce aux réponses de plus de 19 000 participants provenant de toutes les facettes de l'industrie de l'enseigne, le sondage a permis d'effectuer un survol détaillé de l'industrie. L'affichage dynamique numérique, un des trois domaines de croissance prévue, figurait sur la liste de possibilités pour de nouvelles occasions d'affaires dans l'année à venir (voir la figure 4) : 36,5 % des participants y voient un potentiel d'affaires pour l'année 2016, soit une hausse de 11 % par rapport à l'année précédente.¹⁰

Figure 3 – Revenus par secteur de l'industrie:⁸

Lieu	SCIAN	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Canada	Fabrication d'enseignes conventionnelle (SCIAN 33995)	1 254 449 \$	1 265 844 \$	1 245 134 \$	1 229 668 \$	1 257 023 \$	1 336 014 \$	1 324 492 \$	1 364 600 \$	1 361 600 \$	1 363 900 \$
Canada	Publicité par affichage (SCIAN 54185)	945 000 \$	955 400 \$	974 100 \$	948 100 \$	1 076 900 \$	1 006 500 \$	1 000 800 \$	1 016 900 \$	1 065 500 \$	1 089 200 \$

Tous les revenus X 1000



Cette hausse de 11 % de l'intérêt envers l'affichage dynamique numérique est significative d'un point de vue statistique puisqu'elle représente le plus important changement dans les prévisions de croissance d'affaires.

Outre les deux principaux secteurs de l'enseigne mentionnés ci-dessus, l'impression numérique et les services d'affichage et de lettrage sont également des secteurs en santé.

L'industrie de l'impression, qui vaut 8,8 milliards de dollars¹², a connu dans son ensemble une contraction de 1,2 % au cours des 5 dernières années, et devrait continuer à diminuer à un rythme de 2,4 % au cours des 5 prochaines années. Toutefois, le secteur de l'impression numérique, lui, connaît une croissance. En 2010, l'impression numérique représentait 22,4 % du marché de l'impression, et elle devrait compter pour 31,2 % de l'industrie en 2015.¹³

On prévoit que les services d'affichage et de lettrage représenteront 9,5 % des revenus de 1,6 milliard de dollars de produits promotionnels en 2015. Ce secteur produit principalement des enseignes temporaires, par exemple pour des promotions spéciales, des commanditaires ou autres. Ce secteur est demeuré relativement stable au cours des cinq années avant 2015.¹⁴

Figure 4 – Dans quels domaines prévoyez-vous voir une croissance des affaires l'année prochaine?*: ¹¹

Cette question a été posée à tous les participants de l'ISA Sign Expo 2015, y compris les PDG.

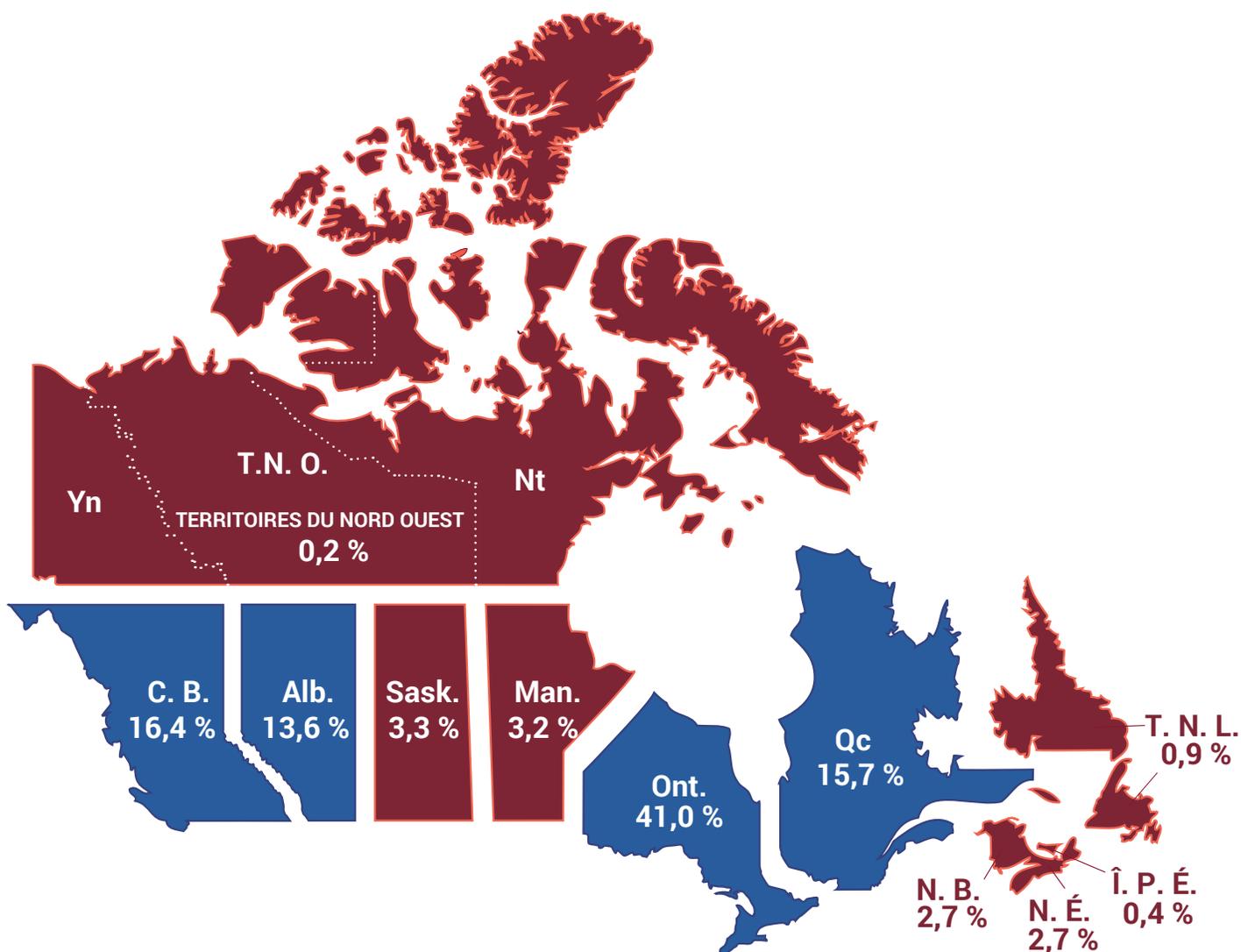
Types d'affichage	2015	2014
Impression commerciale	38,35 %	37,00 %
Signalisation architecturale	23,60 %	28,00 %
Panneaux de vente au détail	32,70 %	27,30 %
Affichage dynamique numérique	36,50 %	25,50 %
Points de vente	15,63 %	17,60 %
Signalisation	7,67 %	16,90 %
Supports	8,55 %	12,00 %
Affichage vert ou écologique	4,13 %	9,70 %
Affichage temporaire ou pneumatique	0,88 %	1,90 %

*Les personnes sondées pouvaient choisir plus d'une réponse.

Emplacement des entreprises

La plupart des entreprises d'enseignes se situent dans quatre provinces : l'Ontario, la Colombie-Britannique, le Québec et l'Alberta. La figure 5 ne représente que le secteur de la fabrication d'enseignes conventionnelle, mais la répartition est semblable pour les autres secteurs de l'industrie. La répartition des établissements de fabrication d'enseignes correspond à celle du secteur manufacturier canadien, où la plupart des entreprises sont regroupées dans les régions les plus peuplées du pays.

Figure 5 – Emplacement des entreprises du secteur de Fabrication d'enseignes conventionnelle:¹⁵

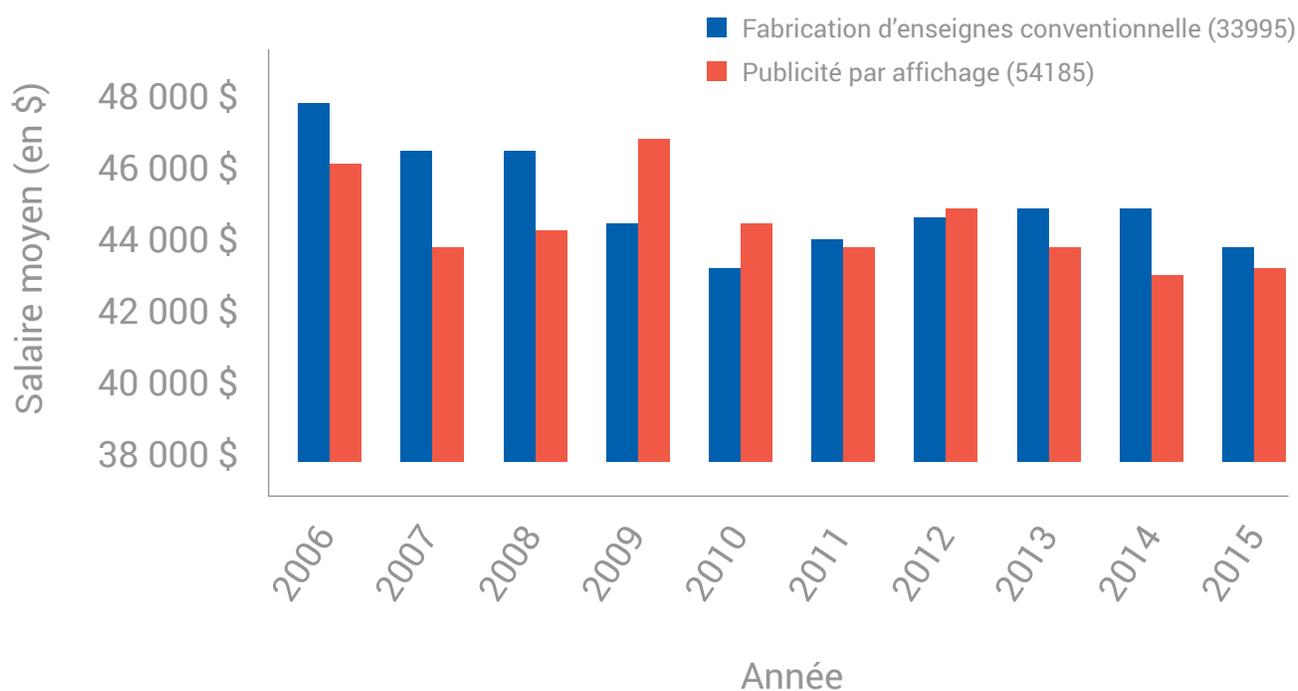


Nombre d'employés et salaires

Le secteur de la fabrication d'enseignes professionnelles compte environ 9 650 employés à l'heure actuelle, plus 5 850 dans le secteur de la publicité par affichage. En outre, d'après les données de Statistique Canada et la recherche d'IBISWorld, on estime qu'au moins 4 000 personnes de plus seraient employées à la production d'affichage dans les secteurs de l'impression numérique et du lettrage d'enseignes.

On prévoit qu'en 2015, le salaire annuel moyen pour les employés du secteur de la fabrication d'enseignes conventionnelle sera de 43 526 \$ avant les avantages sociaux. Comme le démontre la figure 6, avant le ralentissement économique de 2008, les salaires moyens du secteur de la fabrication d'enseignes conventionnelle étaient de 48 000 \$, un sommet sans précédent qui n'a toujours été égalé. Les salaires sont similaires dans le secteur manufacturier en général.

Figure 6 – Salaires moyens pour les employés des secteurs de la fabrication d'enseignes conventionnelle et de la publicité par affichage de 2006 à 2015¹⁶

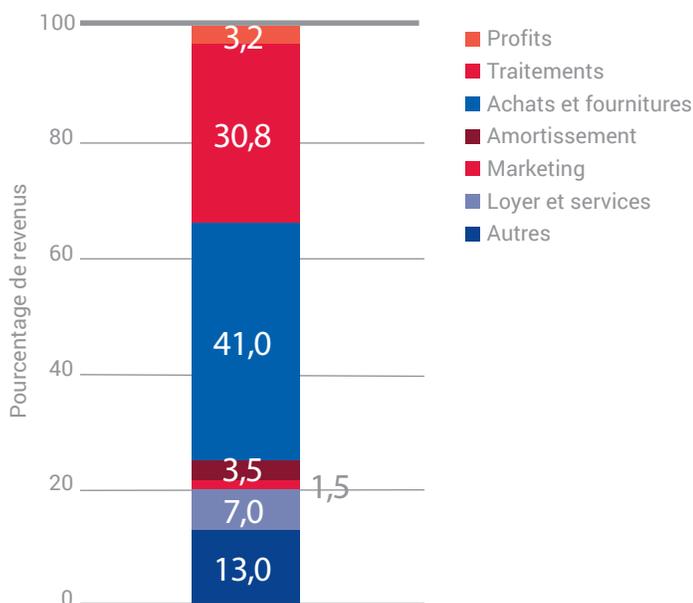


Structure de coûts

La fabrication d'enseignes conventionnelle a la particularité de se fonder sur la production sur mesure plutôt que sur le simple volume d'affaires, ce qui veut dire que la plupart des enseignes ne sont pas créées en grande quantité. Mis à part les grandes organisations ayant de nombreux emplacements, comme les banques, les magasins à succursales et les stations-service, la plupart des entreprises n'ont qu'un seul emplacement et n'ont besoin que d'enseignes faites sur mesure pour cet endroit précis.

On estime que la marge de profit moyenne du secteur de la fabrication d'enseignes conventionnelle (profits avant taxes et intérêts) compterait pour 3,2 % du total des revenus en 2015. La figure 7 indique que les traitements et l'achat de fournitures pour la production d'enseignes constituent les dépenses les plus importantes.

Figure 7: Dépenses des ateliers de fabrication d'enseignes professionnelles (2015)¹⁷



Les achats sont entre autres effectués pour de l'aluminium, des câbles, des prises, de l'encre, des DEL, des boîtiers de métal, des composants électriques, du bois, du placage, des supports, du vinyle et d'autres produits manufacturés.

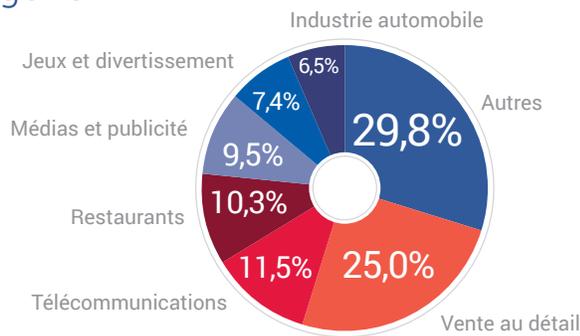
La plupart des entreprises du secteur de la fabrication d'enseignes conventionnelle sont trop petites pour influencer le prix des fournisseurs, ce qui les rend vulnérables aux changements de coût des fournitures.

La force du dollar américain a également des répercussions importantes sur les dépenses du secteur de la fabrication d'enseignes conventionnelle au Canada. Quand le dollar canadien est faible, le coût des fournitures servant à la fabrication des enseignes augmente.

Malgré l'arrivée de nouvelles technologies, comme des machines ChannelBender qui aident à automatiser le processus, la fabrication d'enseignes demande encore beaucoup de travail. Par conséquent, les traitements des employés continueront à représenter une partie importante du revenu total, puisque la plupart des enseignes exigent un degré de personnalisation élevé.

Clientèle des entreprises de fabrication d'enseignes conventionnelle par catégorie

Figure 8 – Segmentation du marché par catégorie



Total : 1,36 m\$

Le secteur de la vente au détail est le plus grand client des fabricants d'enseignes avec 25 % des achats, suivi des télécommunications à 11,5 %, des restaurants à 10,3 %, des médias et de la publicité à 9,5 %, des jeux et du divertissement à 7,4 %, de l'industrie automobile à 6,5 % et des « autres » à 29,8 %. La catégorie « autres » comprend notamment des directions gouvernementales, des établissements d'enseignement et des hôpitaux. ¹⁹

Données sur les effectifs

Selon un sondage effectué auprès des fabricants d'enseignes par *Sign Media Canada*²⁰ en 2014, la majorité des entreprises de l'industrie canadienne de l'enseigne sont de petites entreprises composées d'employés d'âge moyen possédant une éducation post secondaire limitée ou sans rapport avec l'industrie.

- 68 % des ateliers d'enseignes emploient 1 à 10 personnes;
- 50 % à 60 % des ateliers ont un chiffre d'affaires annuel de moins d'un million de dollars, 21 % font de 1 à 3 millions de dollars, 7 % font de 4 à 9 millions de dollars et 8 % font 10 millions de dollars et plus;
- 72 % des employés sont de sexe masculin, 28 % de sexe féminin;
- 46 % des employés ont 50 ans et plus, 20 % ont de 40 à 49 ans;
- 24 % des employés ont déclaré détenir un diplôme d'études secondaires ou l'équivalent, 26 % une formation collégiale non terminée ou aucun diplôme, 16 % un diplôme de 2 an, 19 % un diplôme de premier cycle et 9 % une maîtrise.
- Parmi les personnes sondées qui ont indiqué avoir un diplôme, 82 % ont déclaré que celui-ci était dans un domaine sans rapport avec l'industrie.

Futures occasions et tendances en technologie

Recrutement du personnel:

Les données indiquent que des occasions uniques se présentent aux jeunes talents. Les gens issus de la génération du baby-boom prennent leur retraite, laissant vacants des postes qui devront être pourvus par de jeunes professionnels. Même son de cloche à l'ISA Sign Expo 2015, où 68 % des directeurs généraux sondés ont affirmé qu'ils cherchaient à augmenter leurs effectifs.²¹ Comme le montre la figure 9, la plus grande demande se situe dans les domaines de l'installation, des ventes et de la création.

Figure 9 – Augmentation des effectifs en 2015*:²²

Cette question fut posée uniquement aux PDG ayant indiqué qu'ils comptaient engager du personnel dans l'année à venir.

Service	2015	2014	2013
Production et installation	61,60 %	58,10 %	39,30 %
Ventes	45,50 %	52,70 %	27,50 %
Graphisme et création	30,30 %	24,80 %	13,70 %
Exploitation et gestion	25,30 %	22,70 %	12,40 %
Administration	14,10 %	20,20 %	6,80 %

*Les personnes sondées pouvaient choisir plus d'une réponse.

L'Amérique du Nord connaît des lacunes importantes en ce qui a trait à l'offre des programmes de formation en fabrication d'enseignes. Plus de 60 % des personnes ayant répondu au sondage de l'ISA ont affirmé que le manque de main-d'œuvre qualifiée demeurerait l'un des plus grands défis pour les fabricants d'enseignes. De plus, le fait que 82 % des personnes interviewées dans le cadre du sondage Sign Media aient répondu qu'elles avaient un diplôme sans rapport avec l'industrie rappelle qu'il serait intéressant pour les établissements d'éducation secondaire et collégiale d'encourager les aptitudes requises pour le métier.

Heureusement pour l'industrie, les conseils scolaires de partout au Canada et aux États-Unis commencent à réaliser que la lente perte de vitesse des cours en atelier dans les écoles depuis les années 1970 est extrêmement problématique.²³ Trop de jeunes adultes obtiennent un diplôme au bout de quatre ans, endettés de plusieurs milliers de dollars, et ne peuvent dénicher un emploi. Comme le dit Sir Ken Robinson, auteur, conférencier et conseiller gouvernemental, « considérer les programmes de formation professionnelle comme inférieurs est un des plus grands problèmes en éducation.²⁴ » La plupart des jeunes ayant suivi le courant en s'inscrivant à l'université s'en seraient mieux tirés avec un diplôme technique ou professionnel de deux ans. L'industrie de l'enseigne devrait tirer parti de la tendance qui s'installe et travailler avec les conseils scolaires à la mise en place des rudiments de la fabrication d'enseignes dans les ateliers.

Affichage numérique:

Selon une récente étude *InfoTrends* le revenu découlant des systèmes d'affichage numérique devrait dépasser les 14 milliards de dollars à l'échelle internationale en 2014. De plus, les prévisions de croissance pour ce marché varient de moins de 10 % à plus de 40 % par année au cours des quelques années à venir.²⁵ Selon les données de la figure 2, la tendance est semblable au Canada. L'industrie de l'affichage numérique a connu une augmentation continue au cours des cinq dernières années, et l'on prévoit actuellement que la croissance se poursuivra à un rythme stable dans les cinq années à venir.

Pour l'instant, l'affichage numérique est synonyme d'un investissement initial plus coûteux, ce qui signifie que les plus petits usagers y auront peut-être moins facilement accès. Toutefois, la technologie devenant de plus en plus abordable, les options d'affichage numérique seront également plus accessibles. L'affichage numérique permet aux entreprises de créer de nouvelles et différentes façons de cibler leur clientèle technophile et de leur parler en temps réel. Il s'agit d'une technologie qui peut servir pour le marketing, mais aussi pour améliorer l'expérience du client en facilitant le processus d'achat.

Impression numérique:

Un récent sondage ²⁶ de l'ISA a révélé que l'impression numérique est devenue le principal moyen de production dans le marché de l'enseigne et du graphisme. Les fabricants d'enseignes sondés ont affirmé que l'impression numérique représente plus de la moitié de leur production et qu'ils prévoient que cette proportion ne fera qu'augmenter dans les deux prochaines années.²⁷ Le sondage a également permis de constater que l'impression numérique grand format sert surtout à la production d'enseignes (64,1 %), de bannières (56,5 %), de décalcomanies (35,3 %), d'impression graphique sur véhicule (31,2 %), d'habillage de véhicule (29,4 %), d'affichages lumineux (24,7 %) et d'habillage de vitrines (17,1 %).

Un des principaux avantages de l'impression numérique est que cette dernière permet une exploitation plus efficace. Les petits ateliers sont généralement les plus touchés par les problèmes de trésorerie. L'impression numérique leur permet de mieux fonctionner, car elle facilite la gestion des stocks. « Lorsque les ateliers fabriquent la plupart de leurs enseignes avec du vinyle, elles doivent gérer des stocks de vinyle en plusieurs couleurs. Grâce à l'impression numérique, tout le vinyle est blanc, et les ateliers n'ont pas à accorder tous leurs fonds aux stocks. ²⁸ »

Et maintenant?

La convergence des nouveaux instruments et des progrès technologiques a repoussé les frontières de l'industrie de la fabrication d'enseignes conventionnelle. De surcroît, avec les nombreux acteurs qui s'ajoutent sans cesse, le marché est de plus en plus compétitif. Au cours des 10 dernières années, les ateliers d'enseignes conventionnels ont adopté de nombreuses nouvelles technologies, ce qui leur permet de créer des produits qui auraient autrefois été impensables.

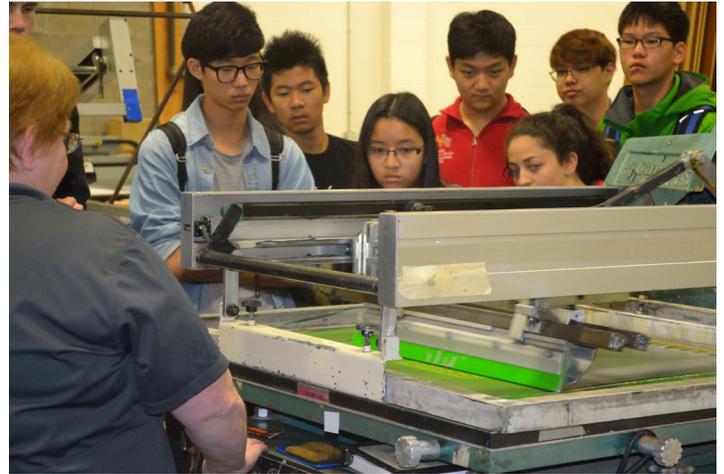
Bref, les affaires sont de bon augure pour l'industrie canadienne de l'enseigne. Forte de plusieurs milliards de dollars, cette dernière contribue de façon importante aux économies locale et nationale. Même en période de ralentissement économique, elle a affiché de meilleurs résultats que le secteur manufacturier dans son ensemble. La fabrication d'enseignes est loin d'être une activité en voie de disparition, car celles-ci fournissent un moyen de communication pour la marque et le message des entreprises. Tant que les ateliers d'enseignes suivent les progrès et se servent des nouvelles technologies pour être le plus efficaces possible, ils sauront rester à l'avant-garde.

Quant au perfectionnement de la main-d'œuvre, il représente à la fois une des plus grandes menaces et une des plus intéressantes occasions pour l'industrie. Puisqu'il n'existe qu'un très petit nombre de programmes de fabrication d'enseignes officiels dans les écoles secondaires et les collèges, et que

la génération baby-boomer devrait entraîner une grande vague de retraites dans les 10 prochaines années, il y a un besoin important de techniciens et d'installateurs qualifiés dans l'industrie. Nombre de conseils scolaires canadiens reconnaissent aujourd'hui que ce fut une erreur de délaisser les cours en ateliers, et commencent à relancer ces programmes de formation cruciaux dans les écoles. L'industrie devrait saisir l'occasion et encourager les écoles à introduire des éléments de la fabrication d'enseignes dans les programmes scolaires afin de présenter des choix de carrière excitants et viables aux élèves et étudiants.

L'Association canadienne de l'enseigne s'efforce à stimuler l'industrie canadienne de l'enseigne grâce à des discussions avec des planificateurs, des organismes de réglementation, des pédagogues et des membres de l'industrie. En 2015, la SAC-ACE a organisé sa première tournée de présentation, intitulée « From U2 to Rock Star », pour prendre le pouls de l'industrie canadienne de l'enseigne. Le besoin de nouveaux talents qualifiés s'est fait sentir dans les sept régions (chapitres) de la SAC-ACE, ce qui a poussé l'Association à former une commission qui travaillera avec les écoles canadiennes pour mettre à l'essai de nouveaux programmes de fabrication d'enseignes. Grâce au soutien de son comité et des membres de son conseil d'administration, la SAC-ACE continuera à adopter une démarche de leadership proactif afin de remplir les besoins de l'industrie.

Journée de l'industrie de l'enseigne



2015 La tournée nationale "From U₂ to Rock Star"



Figure 10 – Fabrication d'enseignes conventionnelle au Canada et dans les principales régions. ²⁹

Légende x - S-Confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique F - Trop peu fiable pour être publié

Lieu	Statistiques principales	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Canada	Total des revenus (x 1 000)	1364555	1260410	1254449	1265844	1245134	1229668	1257023	1336014	1324492
Canada	Total des salaires et traitements, main-d'œuvre directe et indirecte (x 1 000)	380361	369571	378838	372121	381039	392308	387269	408852	395438
Canada	Coût des matériaux et fournitures (x 1 000)	569294	501270	484347	540535	502093	483968	497085	525436	524150
Canada	Nombre total d'employés, main-d'œuvre directe et indirecte (personnes)	9007	8089	7898	8010	8210	8837	8958	9251	8913
Canada	Nombre d'établissements	2390	1803	1718	1846	1869	1813	1863		
Québec	Total des revenus (x 1 000)	189682	210389	224490	237330	222648	213043	215253	222981	x
Québec	Total des salaires et traitements, main-d'œuvre directe et indirecte (x*1 000)	64787	64318	68450	65746	65314	62789	61582	65559	x
Québec	Coût des matériaux et fournitures (x 1 000)	93026	99108	104814	108778	97577	87365	89971	92594	x
Québec	Nombre total d'employés, main-d'œuvre directe et indirecte (personnes)	1606	1309	1320	1372	1365	1345	1395	1473	x
Québec	Nombre d'établissements	234	270	260	269	277	257	279		
Ontario	Total des revenus (x 1 000)	762365	612406	574110	538511	526485	506585	52898	585410	607455
Ontario	Total des salaires et traitements, main-d'œuvre directe et indirecte (x*1 000)	182799	163780	159048	150513	151485	152984	155227	166985	175363
Ontario	Coût des matériaux et fournitures (x 1 000)	308354	235787	211032	24326	227554	216486	224904	254687	259114
Ontario	Nombre total d'employés, main-d'œuvre directe et indirecte (personnes)	4033	3252	3173	3093	3119	3209	3324	3542	3641
Ontario	Nombre d'établissements	1033	766	736	775	784	759	770		
Alberta	Total des revenus (x 1 000)	123521	132156	145501	162262	x	183766	x	x	x
Alberta	Total des salaires et traitements, main-d'œuvre directe et indirecte (x*1 000)	39241	42843	46886	47747	x	61474	x	x	x
Alberta	Coût des matériaux et fournitures (x 1 000)	43336	45912	49972	56383	x	63258	x	x	x
Alberta	Nombre total d'employés, main-d'œuvre directe et indirecte (personnes)	1021	1116	1063	1061	x	1432	x	x	x
Alberta	Nombre d'établissements	235	233	219	247	245	237	249		
Colombie-Britannique	Total des revenus (x 1 000)	x	x	156233	x	193371	x	x	x	x
Colombie-Britannique	Total des salaires et traitements, main-d'œuvre directe et indirecte (x 1 000)	x	x	59907	x	64265	x	x	x	x
Colombie-Britannique	Coût des matériaux et fournitures (x 1 000)	x	x	51276	x	73655	x	x	x	x
Colombie-Britannique	Nombre total d'employés, main-d'œuvre directe et indirecte (personnes)	x	x	1210	x	1408	x	x	x	x
Colombie-Britannique	Nombre d'établissements	413	292	276	301	306	304	308		

Notes en bas de page

¹ Se reporter à la figure 10 pour les dernières données sur le portrait changeant de l'industrie canadienne de l'enseigne

² Ernst and Young (EY), Economic and tax contributions of the US sign industry (document à l'intention de l'International Sign Association), juin 2015.

³ Industrie Canada, Statistiques relatives à l'industrie canadienne :

<https://www.ic.gc.ca/app/scr/sbms/sbb/cis/definition.html?code=33995&lang=fra>;

<https://www.ic.gc.ca/app/scr/sbms/sbb/cis/definition.html?code=54185&lang=fra>;

<https://www.ic.gc.ca/app/scr/sbms/sbb/cis/definition.html?code=323115&lang=fra>;

<https://www.ic.gc.ca/app/scr/sbms/sbb/cis/definition.html?code=54189&lang=fra> Dernière consultation le 24 juillet 2015

⁴ IBISWorld est un chef de file mondial de la publication de renseignements organisationnels qui se spécialise dans la recherche d'industrie et d'approvisionnement.

⁵ IBISWorld Industry Report 54143CA, mars 2015, p. 10.

⁶ Ces données proviennent de Statistique Canada et de rapports de recherche d'IBISWorld.

Statistique Canada, Statistiques relatives à l'industrie canadienne. Repéré à <https://www.ic.gc.ca/app/scr/sbms/sbb/cis/etablissements.html?code=32311&lang=fra>, dernière consultation le 10 juillet 2015. (Statistiques pour l'impression numérique)

IBISWorld Industry Report 54189CA, février 2015. (Statistiques pour les services de lettrage d'enseignes et d'affiches)

⁷ Toutes les données, à l'exception du nombre d'entreprises, sont pour l'année 2010.

⁸ Ces données proviennent de Statistique Canada et de rapports de recherche d'IBISWorld.

⁹ IBISWorld Industry Report 54185CA, avril 2015, p. 10.

¹⁰ ISA State of the Industry 2015 Report, p. 5.

¹¹ Ibid., p. 5.

¹² IBISWorld Industry Report 32311CA, février 2015 (prévisions des revenus pour l'année 2015).

¹³ Ibid., p. 13.

¹⁴ IBISWorld Industry Report 54189CA, février 2015, p. 14.

¹⁵ IBISWorld Industry Report 33995CA, avril 2015, p. 18.

¹⁶ Statistique Canada (tableau CANSIM 301 0006), Statistiques principales pour les industries manufacturières, selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Repéré à <http://www5.statcan.gc.ca/cansim/a26?id=3010006&pattern=&p2=-1&stByVal=1&p1=1&tabMode=dataTable&csid=&retrLang=fra&lang=fra>, dernière visite le 10 juillet 2015.

¹⁷ IBISWorld Industry Report 33995CA, avril 2015, p. 21.

¹⁸ Ibid., p. 22.

¹⁹ Ibid., p. 16.

²⁰ Sign Media Canada, novembre 2014, p. 76-80.

²¹ ISA State of the Industry Report 2015, p. 5.

²² Ibid., p. 6.

²³ MANDEL, Josh. « Welders Make \$150,000? Bring Back Shop Class », The Wall Street Journal, 21 avril 2014. Repéré à <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052702303663604579501801872226532>, dernière consultation le 25 août 2015.

²⁴ ROBINSON, Ken. « Why Schools Need to Bring Back Shop Class », Time, 8 mai 2015. Repéré à <http://time.com/3849501/why-schools-need-to-bring-back-shop-class/>, dernière consultation le 25 août 2015.

²⁵ Info Trends, Wide Format Print vs. Digital Display, décembre 2013.

²⁶ ISA Wide Format Print & Media Mix Survey, Part One

²⁷ Ibid., p. 6.

²⁸ Ibid., p. 3

²⁹ Statistique Canada (tableau CANSIM 301 0006), Statistiques principales pour les industries manufacturières, selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Repéré à <http://www5.statcan.gc.ca/cansim/a26?id=3010006&pattern=&p2=-1&stByVal=1&p1=1&tabMode=dataTable&csid=&retrLang=fra&lang=fra>, dernière consultation le 10 juillet 2015.

Remerciements

Nous tenons à remercier les entreprises et les personnes dont les enseignes figurent dans ce document:

Advantage Signs, ATEC Signs, Curb Signs Inc., Enseignes Plus, Hi Signs, Landale Signs, LookSharp Design, Mattatall Signs, Pattison Sign Group, Provincial Sign Systems et Signex Manufacturing

Nous remercions également:

Bill Kovacevic pour nous avoir permis d'utiliser une partie de sa collection de photos d'enseignes des années 1920 et 1960; la Cité d'Edmonton pour son image de l'enseigne au néon de la Compagnie des chemins de fer nationaux du Canada; le Montreal Signs Project et la collection Arthur Stanway pour l'usage de l'image de l'enseigne Stengers Ford; Colortec et Mattatall Signs pour leurs images de la Sign Manufacturing Day (journée de la fabrication d'enseignes) et Sign Media pour l'image de Dundas Square.

Association Canadienne de l'Enseigne

À PROPOS DE L'ASSOCIATION CANADIENNE DE L'ENSEIGNE

Depuis 1955, l'association canadienne de l'enseigne a réussi à promouvoir le bien-être de l'industrie de l'enseigne, améliorer le statut de ses membres dans la communauté et bénéficier les utilisateurs d'enseignes. Cependant, les frontières traditionnelles de l'industrie de l'enseigne ont élargi en raison de l'évolution rapide de la technologie et du marché commercial. L'association canadienne de l'enseigne a reconnu ces tendances et a établi des partenariats avec les industries et secteurs qui utilisent, créent et fabriquent des images commerciales.

Il y aura beaucoup de changements et d'améliorations mises en oeuvre à SAC-ACE au cours des 12 à 18 prochains mois. De nouveaux programmes et services pour les membres et des initiatives de marketing pour nos membres à l'élaboration de cours de formation accrédités supplémentaires et une approche plus proactive dans le traitement des questions gouvernementales et réglementaires.

SAC-ACE est prêt à mieux mener notre industrie dans la prochaine décennie.

3 RAISONS QUI AUGMENTENT LA VALEUR DE VOTRE ADHÉSION L'association canadienne de l'enseigne

1. Augmentez votre profit et protégez votre longévité

Combien de fois pouvez-vous vous absenter de vos bureaux pour rencontrer vos pairs, apprendre ce qui se passe dans notre industrie et ce qui peut influencer votre entreprise?

En tant que membre de SAC-ACE, vous avez les ressources et l'information nécessaires pour aider votre entreprise à être plus lucrative, durable, productive, crédible et compétitive.

Découvrez les nombreux programmes affiliés qui offrent des services uniques et des rabais substantiels aux membres SAC-ACE.

2. Obtenez des informations privilégiées

SAC-ACE collabore avec des institutions de réglementation à travers le Canada afin d'assurer un environnement commercial équitable et transparent pour vous et vos clients. En tant que membre de SAC-ACE, vous avez accès à de l'information privilégiée sur la direction de la situation réglementaire. Vous avez également un accès direct à notre directeur de législation et affaires gouvernementales.

3. Faites partie de la vue globale

Toutes les entreprises d'enseignes membres de l'association canadienne de l'enseigne reçoivent une adhésion gratuite avec l'International Sign Association (ISA). ISA est la plus grande communauté d'entreprises d'enseignes, de fournisseurs de service et d'utilisateurs finaux au monde. C'est une formidable source de soutien et d'éducation pour vous et vos employés. www.signs.org.



1 Yonge Street, Ste. 1801 Toronto ON M5E 1W7 • 905-856-0000 • info@sac-ace.ca

www.sac-ace.ca