

7. O mercado gráfico en Francia

Tras analizar no capítulo 5 a situación económica xeral do país, a continuación realízase unha análise pormenorizada do sector gráfico francés, abordando aspectos relacionados coa produción, o investimento e a rendibilidade, a importancia dos grandes grupos gráficos e editoriais, o comercio exterior e o medio ambiente.

7.1. A industria gráfica francesa

A cadea de valor das artes gráficas, agrupa por arriba, aos fabricantes de materiais e materias primas cos seus distribuidores: fabricantes de equipos, industria química, industria papeleira,... No corazón da industria, os sectores directamente implicados na impresión forman a industria das artes gráficas. Por baixo, gravita unha multitude de ordenantes principalmente ligados á industria dos bens de consumo: editores, administracións, empresas, particulares, etc.

Así, a primeiro nivel, pódese dicir que a industria das artes gráficas está formada por tres actividades principais: a preimpresión, a impresión e o acabado. Estas actividades complementarias poden estar integradas no seo das mesmas unidades de produción. A impresión de diarios non pertence ao campo da industria gráfica. Esta actividade, xeralmente corre directamente a cargo dos editores.

No ano 2005, a industria gráfica francesa estaba formada por **5.050 empresas** repartidas polo territorio nacional. As pequenas empresas (menos de 20 traballadores) representan o 80% deste tecido industrial, fronte ao 70% para o conxunto da industria manufacturera. A cifra de negocios (**11.360 millóns de euros**) representa a cuarta parte do total, fronte ao 15% da industria manufacturera.

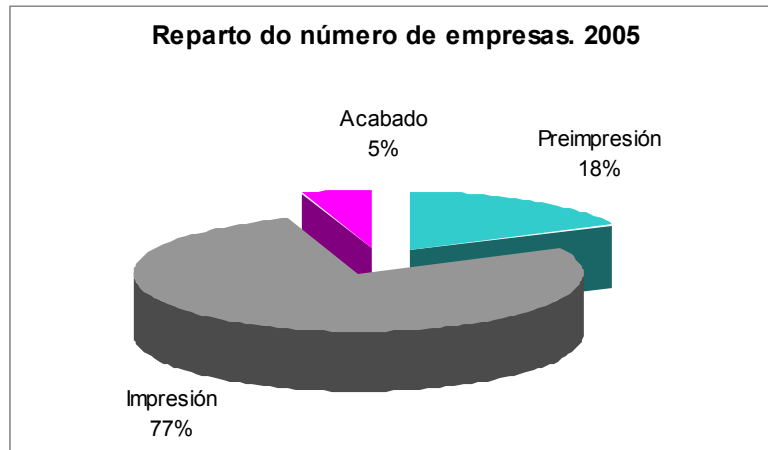
O tamaño da industria gráfica francesa

	Número de empresas		Volume de negocio (Millóns de €)	
	1993	2005	1993	2005
IMPRESIÓN	4.690	3.900	8.860	9.898
PREIMPRESION	800	900	982	940
ACABADO	240	250	506	522
TOTAL ARTES GRAFICAS	5.730	5.050	10.348	11.360

Fonte: INSEE (Institut National de la Statistique et des Études Économiques)

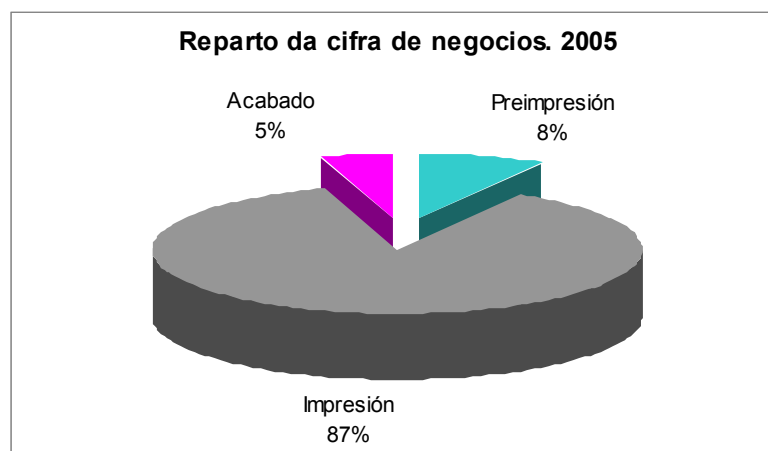
Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

Tal e como se amosa na táboa anterior, no período 1993-2005 o número de empresas que compoñen o sector gráfico francés sufriu una diminución dun 12%. Así, o subsector da impresión foi o que mais acusou esta redución no número de empresas (-17%) e a actividade da preimpresión a que experimentou unha maior taxa de crecemento (12%). No ano 2005 a actividade que concentra un maior número de empresas no sector gráfico é a de impresión (un 77%), a actividade de preimpresión ocupa ao 18% das empresas do sector e tan só un 5% adícase ao acabado.



Fonte: INSEE

A cifra de negocios do sector gráfico francés experimentou un crecemento de case un 10% no período 1993-2005. Neste período a actividade que presenta un maior incremento no seu volume de negocio é a de impresión (con case un 12%), sendo a preimpresión a que experimentou unha evolución negativa (cunha caída do 4%). No ano 2005, a actividade de impresión é a que absorbe un 87% do total da facturación do sector, representando o acabado e a preimpresión o 5% e o 8%, respectivamente.



Fonte: INSEE

A actividade de preimpresión

Situada na cima da industria gráfica, a actividade de preimpresión incumbe principalmente á composición e á fotocomposición. Implica o tratamento de datos por numeración e recoñecemento óptico, así como o tratamento de imaxes asistido por computador. A cifra de negocio da preimpresión é relativamente estable, alcanzando os 940 millóns de euros en 2005.

Esta actividade é obxecto dunha **competencia exacerbada**. En 1993 máis de 200 empresas de preimpresión estaban formadas por polo menos 20 empregados. No ano 2006, só 87 delas igualan ou superan esta cifra de asalariados. Esta diminución do número de empresas débese en parte á automatización das unidades de impresión, ás cadeas numéricas e á procura de economías de escala exercida polas grandes imprentas: estas últimas dedícanse cada vez máis á preparación das plantillas de impresión.

Paralelamente, as pequenas empresas de preimpresión crecen: 720 no ano 2005 fronte a 563 en 1993. As pequenas imprentas non queren, ou non poden seguir o camiño de “todo integrado” tendo en conta os custos de investimento. A consecuencia é inhabitual, as pequenas empresas de preimpresión desenvólvense en detrimento das grandes, de tal xeito que o 60% da cifra de negocio do sector provén de empresas de menos de 20 empregados. Esta situación atípica na industria, é característica dunha actividade onde a competencia é particularmente dura.

A actividade de impresión

A impresión é a **principal actividade da industria gráfica**. Cobre o 80% do emprego e a principal cifra de negocios total (case 10 millóns de euros). A importancia desta actividade no seo da industria gráfica débese ao feito de que as empresas poden integrar a preimpresión e o acabado.

As empresas con 20 empregados ou máis representan as tres cuartas partes do sector. O número de empresas descendeu moito desde 1993. Moitas empresas artesanais desapareceron. Paralelamente, as grandes empresas reestrúctúranse. Estes movementos, desexados ou sobrevividos, débense á natureza competitiva dos mercados, difíciles de captar e máis aínda de conservar. A perda dun gran contrato do que se dispuña desde facía moito tempo é un factor de desequilibrio para algunhas grandes imprentas, principalmente aquelas de máis de 100 empregados, ata o punto

de forzalas a fortes reestruturacións e ata ao cesamento da actividade. A deslocalización explica tamén o peche de empresas. Son principalmente dirixidas por algúns grupos estranxeiros implantados en Europa a través de Francia. A evolución dos seus intereses provocou o seu desprazamento a outros países da Unión Europea. A pesar desta diminución do número de empresas, a cifra de negocios aumentou alcanzando 9,9 millóns de euros en 2005 fronte a 8,9 millóns de euros en 1993 debido aos beneficios na produtividade. En efecto, o número de empregados en imprentas pasou de 103.000 en 1993 a 86.000 en 2005.

A actividade de acabado

O sector do acabado, situado ao final da industria gráfica non sufriu unha forte reestruturación. En 2005 conta con 250 empresas especializadas en traballos de acabado, son 10 máis que en 1993. O número de empresas de 20 empregados ou máis **se mantén estable**, estas xeran o 85% da cifra de negocio e de emprego. Igualmente, as empresas con 100 empregados ou máis, tamén se mantén estable, xerando o 45% da cifra de negocio.

7.2. A produción gráfica

Entre os anos 2000 e 2006, a **producción de produtos impresos caeu** un 1,2% de media anual. No ano 2007 confírmase esta caída. A aparición de novos medios, principalmente internet, e o dinamismo dos veciños europeos, Alemaña e Italia, España e o Reino Unido, contribúen a este descenso.

Evolución das principais magnitudes da impresión francesa

	1996	2000	2006
Nº empresas	1.778	1.490	1.037
Plantilla	72.763	68.461	51.419
Producción (toneladas)	2.737.229	3.306.906	3.015.772
Facturación (miles de €)	6.763.926	7.251.430	6.464.008

Fonte: Fédération de l'Imprimerie et de la Communication Graphique (FICG)

O **número de empresas de impresión diminuíu**, pasando de case 1.800 empresas de 10 empregados ou máis en 1996 a 1.000 empresas en 2006. A impresión perdeu

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

21.000 empregados neste mesmo período. A produtividade aumentou sensiblemente ao longo deste período grazas principalmente aos investimentos en tecnoloxías de información e comunicación.

A impresión distribúese en seis grandes familias de produtos: as impresións en continuo (listados, impresos a partir de rodetes), as impresións publicitarias e anuncios, os catálogos e os folletos de venda por correspondencia, os impresos de embalaxe, a impresión de publicacións e a impresión de libros. O peso destas familias é globalmente estable: case o 90% da tonelaxe total impreso en 2006. Esta proporción era a mesma 10 anos antes.

Producción de productos impresos en Francia

	1996		2006	
	Toneladas	%	Toneladas	%
Impresos administrativos e comerciais	94.529	3,45%	159.943	5,84%
Impresos en continuo	270.182	9,87%	127.403	4,65%
Impresos técnicos e publicitarios	691.625	25,27%	739.478	27,02%
Técnicos	54.821	2,00%	107.795	3,94%
Publicitarios	636.804	23,26%	631.683	23,08%
Anuncios e carteis	27.096	0,99%	39.234	1,43%
Catálogos e folletos	224.922	8,22%	324.670	11,86%
Impresión de embalaxes	272.024	9,94%	266.274	9,73%
Papel	74.258	2,71%	73.461	2,68%
Cartón	197.766	7,23%	192.813	7,04%
Impresión de publicacións	799.446	29,21%	1.033.591	37,76%
Impresión de libros	198.392	7,25%	220.472	8,05%
Outros	159.013	5,81%	104.707	3,83%
Total	2.737.229	100,00%	3.015.772	110,18%

Fonte: Fédération de l'Imprimerie et de la Communication Graphique (FICG)

A **impresión en continuo** rexistra a caída máis espectacular no seo da impresión. A diferenza doutras familias de produtos, este segmento sofre desde fai máis dunha década a desaparición de certos impresos. Como exemplo, a impresión cada vez maior das fichas de Estado Civil a través de Internet substitúe aos impresos en papel. Ademais as instrucións en papel están sendo substituídas por CDs. A redución do papel continuo estase acentuando ao longo dos últimos anos: entre os anos 2000 e 2006, a produción baixou un 5,7% de media anual.

A **impresión de catálogos de venda por correspondencia** diminuíu un 2,2% anual durante o período 2000-2006. Este segmento da impresión mantívose ata o ano 2004, pero a tendencia baixista dos anos 2005 e 2006 confirmase en 2007. Esta diminución débese principalmente ao desenvolvemento da venda a través de internet: a democratización dos sitios web e o incremento da confianza nos pagos en liña contribúen á diminución dos catálogos de venda por correspondencia en papel.

A **impresión publicitaria** está en dificultades desde o ano 2000. En alza ata o inicio do segundo milenio, a impresión publicitaria decreceu desde o ano 2000. De media, a tonelaxe impresa baixou un 2,3% anual desde o ano 2000 ao ano 2006. Os primeiros meses do ano 2007 confirman esta tendencia á baixa. A publicidade en televisión e o cambio dos investimentos publicitarios cara a Internet explican as dificultades desta rama da impresión.

A **impresión de publicacións** sofre tamén os efectos da crise de investimento publicitario. A produción neste campo da impresión mantense dificilmente: creceu menos dun 1% anual no período 2000-2006. Este estancamento está estreitamente relacionado coas dificultades da prensa escrita. Desde o ano 2000, esta actividade sofre unha caída de vendas ininterrompida, particularmente na impresión de revistas. Para manterse, os editores reducen o número de páxinas. Esta redución, xunto coa diminución do número de lectores, levan a un desinterese relativo dos investidores publicitarios, quen abandonan progresivamente a impresión de publicacións en favor de internet, da televisión, e, en menor medida, da prensa gratuíta.

Tanto a escala nacional como a escala mundial, a produción de embalaxes aumenta desde fai anos. Este crecemento reflíctese sobre todo en embalaxes de madeira e plástico, cun crecemento do 10% entre os anos 2000 e 2006. As embalaxes en papel e cartón non seguen esta tendencia. Entre 2003 e 2004, a cifra de negocio diminuíu un 2,6%. A **impresión de embalaxes**, principalmente centrada no papel e cartón, ve o seu volume diminuír un 2,7% de media anual entre 2000 e 2006, debido a un importante incremento das importacións. Tamén inflúe nesta diminución o feito de que a impresión tamén se integrou nas propias fábricas de embalaxes. Debido a isto, unha parte da actividade escápase ás imprentas: a impresión cobre cerca do 70% dos produtos de embalaxe impresos. Pero sobre todo, a industria de embalaxes ábrese ao exterior. A súa produción nacional non reflicte o mercado. No ano 2005, a demanda nacional aumentou, mentres que a produción francesa diminuíu.

Desde o ano 2000 ata o ano 2006 a **impresión de libros** permaneceu estable, isto débese a algúns best-sellers, principalmente ao fenómeno Harry Potter que contribúe á boa situación dos anos 2003 e 2004.

Segundo o sindicato nacional de edición (SNE), a cifra de negocio da edición aumenta un 13% entre 2000 e 2006. As imprentas francesas non sacan partido deste dinamismo. A competencia estranxeira é importante neste campo da impresión onde os problemas de atraso, menos importantes, non leva aos editores a dar prioridade á proximidade xeográfica. Esta deslocalización é particularmente importante no mercado de libros de documentais, prácticos e de lecer onde os impresores chineses están moi ben posicionados.

7.3. Inversión, innovación e resultados

A forte competencia que caracteriza ao sector das artes gráficas (o peso de pequenas empresas, o dinamismo dos veciños europeos e a aparición de novos medios tecnolóxicos) obrigan ao sector a buscar **incrementos de produtividade** importante. Así, entre 1995 e 2005, mentres a industria gráfica francesa perdeu 370 empresas e o emprego diminuíu un 18%, a cifra de negocios das artes gráficas reduciuse un 2,8%. A diminución de efectivos, máis importante que a da actividade, reflicte un incremento da produtividade aparente.

O incremento da produtividade foi posible grazas á utilización masiva das **tecnoloxías da información e da comunicación**. Ademais as cadeas de impresión están sendo automatizadas, a electrónica e a informática substitúen os procesos mecánicos, a transmisión de datos é moi importante nas artes gráficas. A rapidez, a calidade e a seguridade das transmisións permiten principalmente ofrecer ao cliente unha visión rápida do produto final. A utilización de internet de banda ancha estase xeneralizando e as webs propias estanse estendendo: segundo a enquisa TIC 2007 realizada polo INSEE, a práctica totalidade das empresas do sector “edición, impresión, reprodución” utiliza equipos de banda ancha que permiten velocidades superiores a 2Mb.

O “computer to plate” supprime algunhas etapas do proceso de preimpresión e alcanza niveis de calidade de alta gama. A nivel de impresión, o offset avanza sempre no tempo de calado. Ao final da cadea, a etapa de acabado forma parte de sistemas totalmente integrados que permiten gañar tempo e precisión nas reglaxes.

Así, nun contexto de mercado tenso, todas as economías de escala permitidas pola **innovación** crean unha vantaxe competitiva. Desde este punto de vista, segundo a enquisa sobre innovación realizada polo SESSI, un tercio das empresas do sector “edición, impresión, reprodución” decláranse innovadoras en termos de procesos, fronte ao 27% para o conxunto do sector manufactureiro. En todo caso, as empresas din investir para conseguir un aumento da produtividade e para mellorar a calidade das súas realizacións. Neste senso, os impresores tratan, para innovar, de estreitar relacións cos provedores de equipos: as imprentas buscan máis relacións cos fabricantes de maquinaria que as empresas da industria manufactureira.

O **custo da maquinaria de impresión é elevado**. As prensas de huecograbado, normalmente destinadas á impresión de revistas, non son accesibles ás pequenas empresas. Unha prensa de catro cores para impresión en “recto-verso” custa entre 675.000 e 800.000 euros. Unha rotativa *labeur* 16 páxinas catro corpos custa entre 3,5 e 5,5 millóns de euros. O prezo varía en función das opcións que equipe a máquina. A compra mediante licitación é cada vez máis frecuente. Permite unha maior competencia para obter as mellores realizacións a prezo negociado. Os fabricantes de equipos non se limitan a ofrecer os produtos do catálogo. Para responder a demandas específicas poden construír liñas de impresión baixo pedido. Neste caso os custos son forzosamente elevados.

A **rendibilidade económica** do capital inmovilizado non está sempre asegurada. Alcanza un valor medio do 11% na industria das artes gráficas fronte ao 17% da industria manufactureira. Se temos en conta o arrendamento financeiro, tan importante para a industria gráfica, esta comparativa non cambia moito. A arbitrase entre a racionalización das máquinas existentes e o risco de investir nunha cadea con boas prestacións pero con incremento dos custos, é difícil. O estado do mercado, a posibilidade de financiamento, o posicionamento e a natureza dos competidores así como a situación financeira da empresa, deben ser coidadosamente considerados.

Fronte ao elevado nivel dos custos de investimento e á falta de fondos propios, preséntanse dous tipos de estratexias: a compra por grupos cando a capacidade de investimento é máis importante e o recurso ao arrendamento financeiro, principalmente nas pequenas empresas.

A industria gráfica é o sector da industria manufactureira que máis recorre ao **arrendamento financeiro**: 44%, fronte a un 18% do conxunto da industria manufactureira. Esta forma de financiamento explícase polo tamaño das empresas, o

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

custo dos equipos e a rapidez da evolución tecnolóxica. A parte de valor engadido que as empresas das artes gráficas dedican ao investimento en activos fixos pasou dun 12% en 1995 a un 7,7% en 2005. Pero esta diminución debe ser considerada en vista da importancia do recurso ao arrendamento financeiro. En efecto, desde 1995 ata 2006, as imprentas dedicaron o 16% do seu valor engadido ao conxunto arrendamento financeiro e investimento en activo fixo; esta taxa de investimento global non é máis que un 13% para o conxunto da industria manufactureira.

Fronte ás limitacións dun mercado pequeno, dunha competencia forte e de gastos importantes, as empresas das artes gráficas **reducen as súas marxes comerciais**. En 1995, os consumibles e suministros (papel, tintas, auga, electricidade,...) representaban un 59% da cifra de negocio das imprentas. Once anos máis tarde, alcanzaban un 65%. Este incremento dos gastos recae sobre o valor engadido e, polo tanto, sobre a marxe bruta. En efecto, a redución do número de empregados, debido ao incremento da produtividade, non é suficiente para compensar a diminución no valor engadido. De feito, o excedente bruto de explotación diminúe máis rápido que o valor engadido. Ademais, a taxa da marxe bruta pasa de 19,5% en 1995 ao 13,6% en 2005.

Resultados da Industria gráfica vs. Industria manufactureira

	Impresión	Acabado	Industria Gráfica	Industria Manufact.
Productividade aparente do traballo (M€)	48,2	35,3	50,1	62,7
Rendibilidade do capital inmovilizado (%)	10,6	7,6	10,7	16,8
Marxe bruta (%)	13,3	11	13,6	25,5
Rendibilidade (%)	1,1	1,3	1,4	10,2
Endebemento (%)	4,9	2,8	4,9	6,4
Valor engadido destinado a autofinanciación (%)	7,3	7,2	7,7	19,7
Gasto de persoal por empregado (M€)	37,7	28,9	37,1	42,3

Fonte: Sessi. Enquête annuelle d'entreprise. 2005

7.4. O panorama dos grupos empresariais

En 2005, case 300 grupos empresariais teñen polo menos unha filial francesa na industria das artes gráficas. Das 5.050 empresas censadas na industria das artes gráficas, 600 pertencen a un destes grupos. Case unha empresa de cada dúas están controladas por un grupo. Estes cobren o 63% do volume de negocio do sector. Os

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

grupos son normalmente pequenos. Os catro primeiros concentran o 13,5% da cifra de negocio da industria das artes gráficas en Francia, os dez primeiros o 21%.

Un terzo dos grupos teñen unha dimensión internacional máis ou menos importante. Entre estes, unha decena de grupos franceses están especializados cun persoal de máis de 100 empregados na industria das artes gráficas en Francia.

A metade dos grupos estranxeiros non está especializado. Algúns controlan en Francia empresas da industria das artes gráficas que traballan subcontratados por conta doutras filiais do grupo.

Grupos empresariais na industria gráfica francesa

	Número	Filiales da industria gráfica		Plantilla industria gráfica
		Número	Peso das filiais (% plantilla)	
Grupos estranxeiros	60	87	78	7.800
Grupos franceses internacionais	47	106	75	13.200
Grupos franceses nacionais	191	407	68	19.000
Total	298	600	70	40.000

Fonte: Sessi-Insee

61 grandes grupos franceses de dimensión nacional están especializados na industria das artes gráficas. Estes grandes grupos especializados controlan 180 filiais centradas na industria das artes gráficas. Ao redor destes, gravita un gran número doutras filiais especializadas en servizos ás empresas, o comercio e a distribución.

Paralelamente, outros 26 grandes **grupos franceses de dimensión nacional** teñen unha actividade que depende principalmente da impresión, da edición e da embalaxe. Un número importante de pequenos grupos franceses completa o tecido industrial. A súa influencia é limitada. Ocupan un cuarto dos empregos relacionados co conxunto de grupos franceses de dimensión nacional. A estrutura máis frecuente para estes pequenos grupos consiste en crear un holding que controla unha ou máis empresas filiais moi pequenas, pero por motivos estratéxicos os dirixentes dunha parte destes grupos illan as actividades de impresión, de preimpresión ou de acabado no seo de empresas diferentes.

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

Os **grupos franceses de dimensión internacional** realizaron o 17% do volume de negocio das industrias das artes gráficas en 2005. O esencial desta actividade revela grandes grupos non especializados nas industrias gráficas pero centrados noutros oficios: industria do luxo, a farmacia-cosmética e o papel cartón.

60 **grupos estranxeiros** están implantados en Francia. As súas filiais na industria das artes gráficas xeran o 16% do volume de negocio do sector en Francia. Un terzo destes grupos estranxeiros están especializados na industria das artes gráficas. Xeran 8 empregos de cada 10 do conxunto das filiais estranxeiras en Francia na industria gráfica.

Países de orixe dos grupos estranxeiros implantados na industria gráfica en Francia

	Grandes grupos		Pequenos grupos	Conxunto dos grupos
	Especializados	Non especializados	Especializados	Filiales da industria gráfica en Francia
Sudáfrica	1			1
Alemania	3	1	2	9
Austria			2	2
Bélgica	3	3	4	13
Canadá	2	1		14
El Congo			1	1
España		4	1	6
Estados Unidos	2	1	2	5
Inglaterra	1	3	5	10
Islas Mauricio			1	1
Irlanda		1		1
Italia	1	1	1	3
Japón	1		1	2
Luxemburgo	1	2	1	5
Mónaco			1	1
Holanda		1	1	3
Suecia	3			8
Suiza		1		2
Total	18	19	23	87

Fonte: Sessi-Insee

19 grandes **grupos estranxeiros non están especializados** na industria das artes gráficas pero posúen filiais especializadas nesta actividade para responder ás súas propias necesidades. Estes grupos dependen das publicacións, da industria do papel-

cartón, do caucho e dos plásticos, da embalaxe e do aluminio. Algúns deles son dunha dimensión moi grande (máis de 10.000 empregados).

23 **grupos estranxeiros moi pequenos** dispoñen de só unha filial na industria gráfica francesa. Estas filiais están normalmente situadas en zonas fronteirizas, o que permite realizar intercambios con outras filiais situadas fora do territorio nacional. As empresas estranxeiras implantadas en Francia son principalmente europeas. Algúns grandes grupos proveñen de Estados Unidos e de Xapón, pero é Canadá o que se distingue pola presenza dun gran grupo que elixiu conquistar o mercado europeo implantándose en Francia.

As **empresas das artes gráficas pertencentes a un grupo, obteñen bos resultados**. A posición destas empresas en relación ao mercado da industria das artes gráficas é particular. Unha gran parte delas traballa sobre todo por conta do grupo, en beneficio doutras actividades (edición de revistas, embalaxes). Estas filiais da industria das artes gráficas posicónanse marxinalmente sobre o mercado gráfico. Benefíciáanse de contratos reservados que lles permiten non ter competencia, o que explica os seus bos resultados.

Pola contra, a **situación é difícil para unha parte das empresas dos 18 grupos estranxeiros especializados**. Estas dificultades débense tanto ao carácter competitivo do mercado como ao ritmo dos investimentos. Para implantarse en Francia e en Europa, as empresas destes grupos fixeron fortes investimentos en equipos modernos. A intensidade das adquisicións provocou unha sobrecapacidade productiva. A rendibilidade económica dos equipos non está asegurada. Estas empresas deben asumir uns gastos de produción crecentes e o peso dun endebedamento proporcional aos investimentos. As filiais de 10 grupos franceses especializados e de dimensión internacional non se atopan con esta dificultade e mesmo obteñen bos resultados. Cunha política de investimento dinámico, estas filiais conseguen rendibilizar o conxunto dos equipos. Dispoñen de marxe suficiente para asegurar a remuneración dos seus capitais.

As filiais de 61 grandes **grupos franceses especializados de dimensión nacional** tamén resisten a competencia. As súas filiais na industria das artes gráficas están pouco endebedadas. O seu nivel de autofinanciación é suficiente para desenvolverse. Estas filiais de grandes grupos, nun equilibrio ás veces fráxil, pórtanse mellor que a maior parte das empresas independentes e que os pequenos grupos de dimensión nacional. Nun contexto onde a oferta supera á demanda, estas empresas relacionadas

aos grupos franceses nacionais rendibilizan os seus equipos máis que a media sectorial. En relación ao conxunto da industria manufactureira, as súas contas mantéñense con todo por baixo.

7.5. Comercio exterior

A medida do comercio mundial de impresión non se pode distinguir do de acabado. O exemplo dos libros e publicacións editados en Francia pero que son impresos no estranxeiro é revelador. Á súa entrada en Francia, unha gran parte destes artigos é contabilizado a cargo da edición polos servizos aduaneiros, pero se trata de produtos propios do sector da impresión. Isto non ocorre só en Francia senón que tamén afecta a outros países. En consecuencia, nesta parte da análise, o termo “impreso” adquire un sentido xenérico que inclúe os produtos de impresión e os de acabado.

O **consumo de material impreso no mundo é crecente**. As exportacións mundiais aumentan sensiblemente, pero o saldo comercial é negativo para o 80% dos 105 países e zonas xeográficas observadas. A Unión Europea exporta máis material impreso do que importa. O comercio cos países asiáticos está globalmente equilibrado, pero o comercio exterior con América é deficitario igual que con África. Esta zona, que importa de Francia, está pouco implicada no comercio de material impreso.

Os **intercambios comerciais**, moi importantes, entre Estados Unidos e Canadá, benefician aos Estados Unidos. China, pola súa banda, saca partido do seu comercio cos Estados Unidos, Gran Bretaña e Canadá. Entre outros beneficiarios do comercio mundial distínguense Alemaña, Reino Unido, Italia e España.

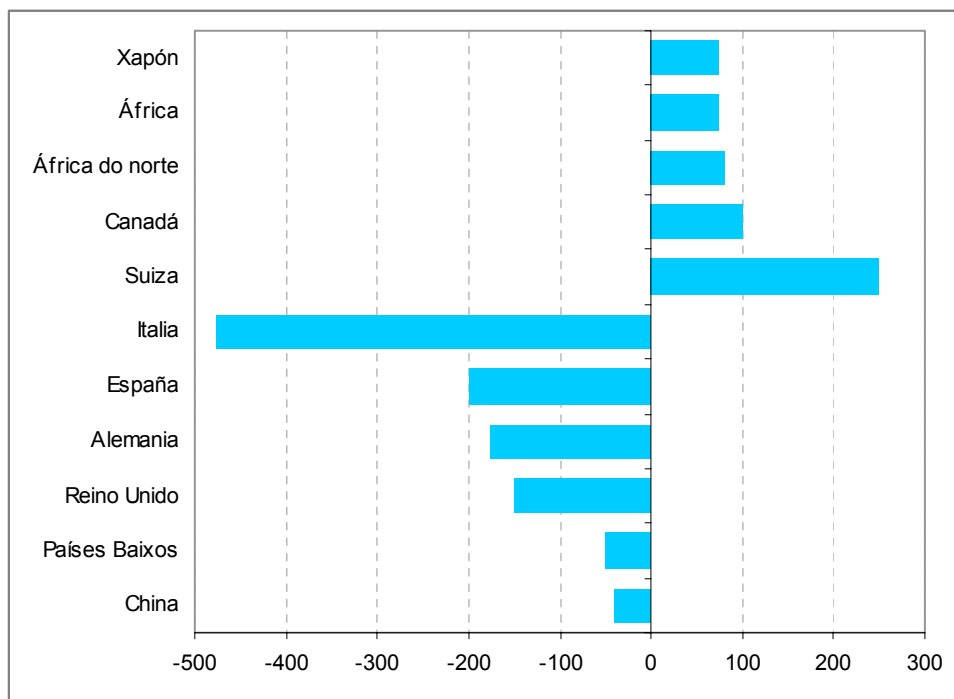
O lugar ocupado polos países emerxentes, aínda que en forte crecemento, non contribúe ao desequilibrio do comercio exterior. O papel desempeñado por China, por exemplo, afecta pouco ao saldo do comercio exterior francés en produtos impresos.

Francia ten un déficit importante nos seus intercambios de produtos impresos con Europa. En efecto, se a balanza comercial francesa é deficitaria a nivel mundial, con 290 millóns de dólares no ano 2005, a nivel europeo o déficit é máis importante 995 millóns de dólares coa Europa dos quince. A aposta actual en Francia consiste en reequilibrar os intercambios comerciais cos principais socios europeos, principalmente Italia, España, Alemaña e Reino Unido. Para compensar a forte penetración de

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

material impreso en Francia, as industrias francesas deben atopar saídas ao exterior. Actualmente só Suíza responde a estas necesidades.

Saldo do comercio exterior francés por países (en millóns de USD). 2005



Fonte: Cepii-Chelem

A industria das artes gráficas alemana brilla no plano mundial. O excedente da súa balanza comercial de material impreso é a máis importante. Aínda que o peso dos intercambios comerciais con Suíza e Austria condiciona en parte estes resultados: estes dous países cobren un terzo do saldo. Pero, máis aló desta característica, non existen zonas de intercambio cun claro déficit (China é unha excepción, pero a importancia dos intercambios de material impreso entre Alemaña e China é insignificante). En Europa, só Italia equilibra os seus intercambios comerciais con Alemaña.

O Reino Unido diversifica as súas zonas de intercambio. Con Europa o saldo comercial é positivo, os únicos desequilibrios prodúcense con Alemaña (-171 millóns de dólares) e, en menor medida, con Italia (-40 millóns de dólares). Con China o saldo é máis desfavorable (-184 millóns de dólares). Pola contra, o comercio presenta excedentes con Irlanda e Australia. Está equilibrado cos Estados Unidos.

O saldo comercial de Italia é positivo (950 millóns de dólares en 2005). Con Francia é co país que Italia máis desenvolve o seu comercio de material impreso: o seu excedente comercial aumentou sensiblemente para alcanzar 454 millóns de dólares,

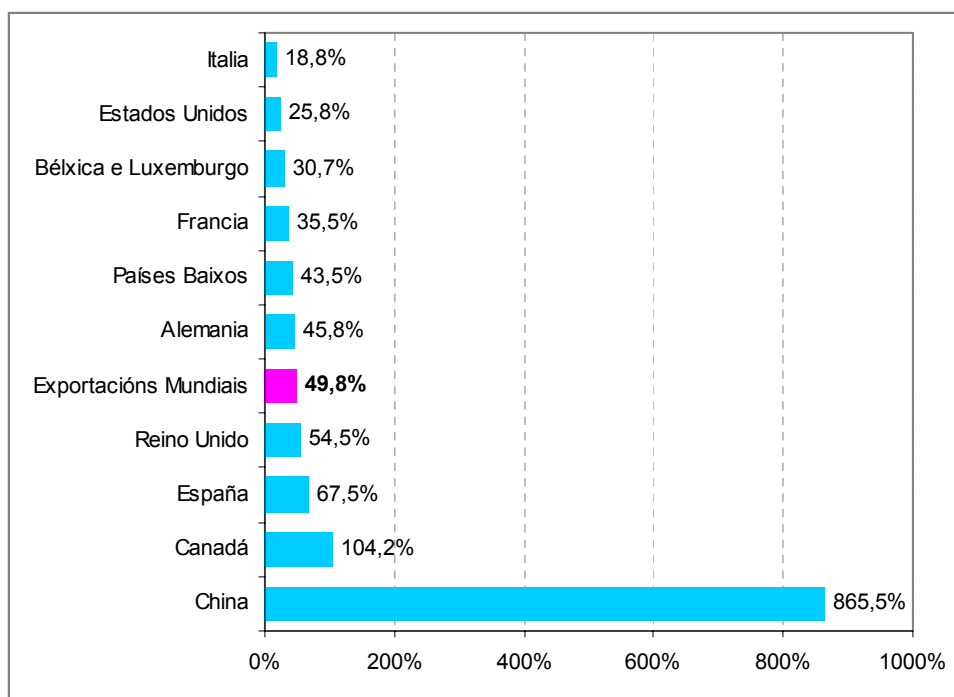
Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

fronte a 353 millóns de dólares dez anos antes. O comercio internacional de Italia só é deficitario con Holanda, China, España e Alemaña.

España dinamiza o seu comercio internacional cara aos seus veciños. O saldo comercial é positivo. Tres países contribúen principalmente a este resultado. Francia, Portugal e México. O saldo destes tres países cobre o 80% da balanza comercial española en 2005. Pola contra, os intercambios comerciais de España co Reino Unido, Alemaña e Holanda son deficitarios.

As exportacións mundiais de material impreso aumentaron un 4,1% de media anual desde fai cinco anos. Eleváronse a 35 millóns de dólares en 2005. Dez países realizan as tres cuartas partes das exportacións mundiais. Europa e América cobren a maior parte do fluxo de material impreso. Europa, que é o berce da imprenta, permanece no centro dos procesos de intercambio comercial. O 60% das exportacións mundiais de material impreso proveñen do vello continente, e o 15% corresponde a Alemaña. América cobre a cuarta parte e Asia o 13%. A maior parte dos países benefíciáanse do crecemento das exportacións pero en proporcións variables. A parte correspondente aos grandes países, diminúe desde 1995, só o Reino Unido, España e Canadá seguen a súa progresión.

Crecedemento das exportacións de produtos impresos (1995-2005)

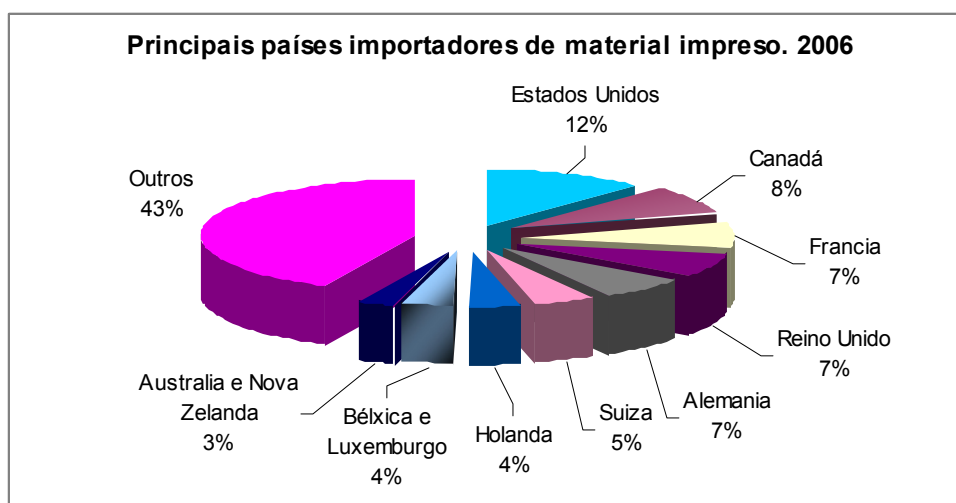


Fonte: Cepii-Chelem

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

China é un país no que as exportacións de material impreso incrementáanse. O desenvolvemento de intercambios comercial beneficia a este país no que o mercado alcanza un 5,4% a día de hoxe fronte a un 1% dez anos antes. A aparición de exportacións chinesas débese principalmente ao continente americano: o 54% do material impreso exportado por China diríxese ao continente americano, principalmente aos Estados Unidos. A parte da Unión Europea nas exportacións chinesas é dúas veces máis pequena e céntrase principalmente no Reino Unido, que ve as súas importacións procedentes de China duplicarse desde o ano 2000, alcanzando un 11,4% das exportacións chinesas en 2005.

Á beira de China, catro países emerxentes desmárcanse polo dinamismo das súas exportacións: **México**, a **República Checa**, **Polonia** e **Corea do Sur**. Estes países non representan máis que un 4,4% das exportacións mundiais en 2005, pero o interese que estes países teñen para a industria das artes gráficas non deixa de crecer. **Romanía**, **Eslovaquia** e a **India** están vendo as súas exportacións crecer sensiblemente desde fai 10 anos.



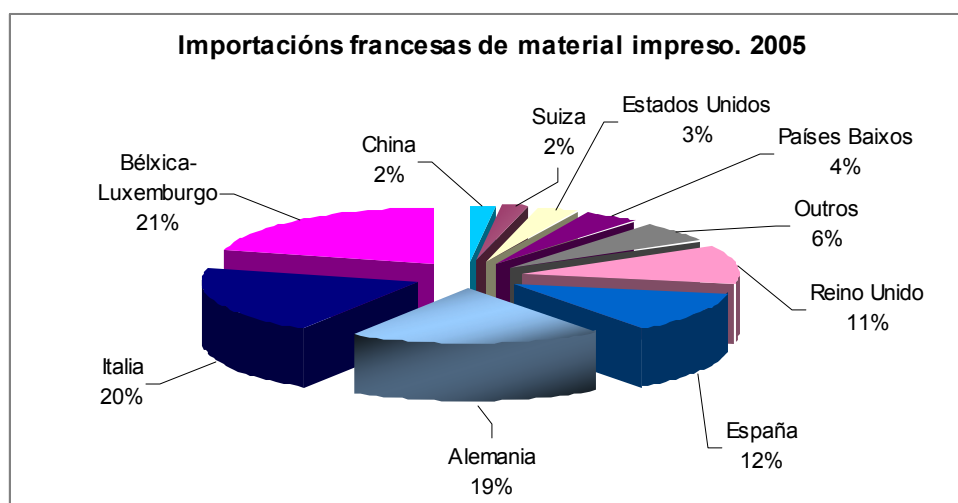
Fonte: Cepii-Chelem

Os dez principais países importadores absorben un 57% dos fluxos entrantes en 2005. os **Estados Unidos** sitúanse na cabeza destes países importadores. As tres cuartas partes das súas compras teñen lugar con catro países: Canadá, China, o Reino Unido e México. A importancia crecente de China nos Estado Unidos ten lugar en detrimento de outros colaboradores que se manteñen debido a razóns culturais, históricas ou de proximidade. Pola contra, as importacións xaponesas, alemanas e italianas diminúen sensiblemente desde fai 10 anos. Francia, situada no posto número

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

11 dos colaboradores de Estados Unidos, tamén perde parte do mercado. O seu volume diminuíu á metade, pasando dun 3,3% en 1995 a un 1,6% en 2005. **Canadá**, segundo importador mundial de material impreso, comercia principalmente co seu veciño directo. O 80% dos fluxos entrantes en Canadá veñen de Estados Unidos. Francia, cuxo volume de importacións con Canadá non é máis que un 4%, é con todo o 3 colaborador canadense, xusto por detrás de China.

Francia alcanza o terceiro posto mundial de importadores de material impreso. Importa por valor de 2640 millóns de dólares, o 90% proveñen de Europa e países fronteirizos. Italia, Alemaña, Reino Unido e España son os seus principais provedores. España realiza unha forte aparición en Francia. En 10 anos, o volume de material impreso proveniente deste país duplicouse. Representou un 11,5% das importacións francesas en 2005. a presión exercida polos países emerxentes sobre o mercado francés é aínda escasa. Limitábase principalmente a algúns ?libros bonitos? e manuais de instrucións. As importacións chinesas representan un 1,6% dos fluxos entrantes, e as de Polonia o 0,4%.



Fonte: Cepii-Chelem

O **Reino Unido** diversifica as súas fontes de aprovisionamento, debido a unha presenza chinesa cada vez máis forte. As importacións británicas están menos concentradas que as francesas. Once países realizan o 84% das importacións de material impreso do Reino Unido. En Francia, esta proporción cóbrena só 5 países. O comercio exterior do Reino Unido realízase principalmente co seu colaborador histórico: os Estados Unidos. Estes cobren a quinta parte dos fluxos entrantes en 2005. Alemaña é o primeiro socio europeo do Reino Unido (19,3% das importacións) Italia representou o 7,2% do mercado británico, fronte ao 11,2% en 1995. Hoxe en día

hai unha forte penetración de produtos holandeses e chineses no mercado británico, practicamente carente de intercambios comerciais en 1995, China supón o 8,8% do material impreso que entra no Reino Unido en 2005. A parte correspondente ás importacións francesas é estable e representa o 5,3%.

Alemaña, igual que o Reino Unido, diversifica as súas fontes de aprovisionamento externo. O 85% do fluxo entrante en Alemaña concéntrase en 10 países. A situación de Francia nas relacións de intercambio comercial con Alemaña consolídase. Do terceiro lugar en 1995, pasa ao primeiro posto en 2005 cun volume que alcanza o 14,2% (aínda así, Francia continua sendo deficitario nos seus intercambios comerciais con Alemaña). O Reino Unido mantense en segundo lugar cunha taxa próxima ao 13%. O acontecemento máis importante é a aparición da República Checa no mercado alemán situándose no terceiro lugar entre os provedores de Alemaña. O seu volume alcanza o 12% das importacións de material impreso en 2005. Este crecemento ten lugar en detrimento de Suíza, de Austria e, en menor medida, de Italia. A porcentaxe destes países baixou dun 5% a un 3% no período 1995-2005.

7.6. Emprego

Entre os anos 2000 e 2005, o **sector das artes gráficas perdeu o 17% dos seus empregos**. A diminución é moi sensible na preimpresión (-30%). Tamén afecta ao acabado e á impresión desde o ano 2002. As fusións e a desaparición de pequenas empresas explican a diminución de emprego na impresión. A perda de emprego na preimpresión débese á natureza da actividade. Este sector, dominado pola informática, apóiase en pequenas empresas especializadas. A evolución dos procesos ocasionou unha transferencia parcial da actividade de preimpresión cara á impresión: moitas imprentas dotaron os seus talleres de equipos modernos do tipo “*computer to plate*”.

Evolución do emprego na industria gráfica francesa

	1995	2000	2005
Impresión	83.400	84.100	71.500
Preimpresión	12.500	11.700	8.100
Acabado	7.800	8.400	6.700
Industria gráfica	103.700	104.200	86.300

Fonte: Insee-DADS

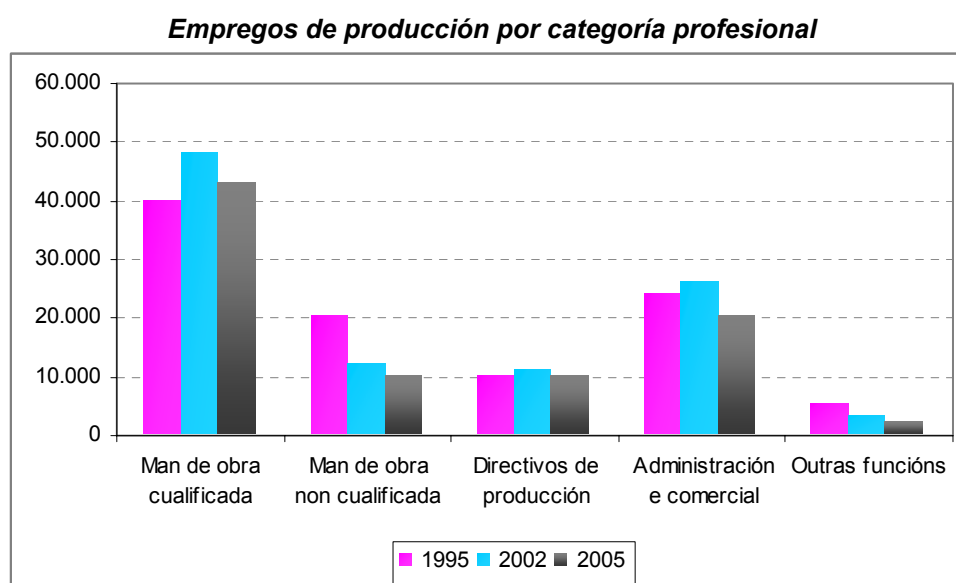
Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

A estrutura do emprego na industria das artes gráficas é parecida á das industrias de man de obra: o 62% dos empregados son obreiros, fronte ao 53% da industria manufactureira. As industrias das artes gráficas esixen con todo, **man de obra experimentada**. Un empregado de cada dous é un obreiro cualificado, fronte a un de cada tres na industria manufactureira.

O **sector do acabado** modernízase, pero segue estando moi mecanizado. A presenza de obreiros non cualificados é importante. A man de obra axústase en función da demanda, o que explica a presenza de persoal interino: o 11% fronte ao 7% da industria manufactureira. O acabado é o sector que máis recorre a man de obra externa.

Pola contra, **a preimpresión** emprega poucos obreiros e son case todos cualificados. Para vender, as empresas deste sector apóianse en sólidos equipos administrativos e comerciais, estes últimos representan un terzo do persoal.

O baixo índice de cadros directivos de produción na industria gráfica explícase pola alta cualificación dos empregados. Tamén está relacionado coa estrutura dun sector formado por moitas empresas pequenas. A evolución tecnolóxica e as reestruturacións do sector inflúen na natureza dos empregos ocupados. Os empregos non cualificados diminúen en beneficio dos cualificados. Un elevado número de empresas moi pequenas diminuíu ao longo deste período.



Fonte: Insee-DADS

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

Un terzo dos empregos da industria das artes gráficas é feminino, fronte ao 28% na industria manufactureira. O acabado é, de lonxe, o sector da industria das artes gráficas que conta con maior número de emprego feminino, un 43% dos postos de traballo están ocupados por mulleres. Traballan tanto de mandos como en funcións administrativas e comerciais e ocupan tamén os postos principais de persoal non cualificado.

A proporción de persoal saído da industria gráfica entre 1995 e 2005 é comparable ao saído da industria manufactureira, pola contra, o recrutamento é netamente máis baixo.

A idade media dos empregados da industria gráfica pasou de 38 anos en 1995 a 41 anos en 2005. Este **envellecemento da poboación** é imputable ao desenvolvemento tecnolóxico dos anos 90. Para adaptarse ás novas tecnoloxías das que se dotou a industria das artes gráficas aos longo destes anos (informática, prensas controladas numericamente, etc..) o sector contratou a mozos. Dez anos máis tarde o contexto cambiou: a oferta de emprego é inferior á demanda de tal xeito que as empresas poden elixir segundo as súas esixencias en termos de cualificación e experiencia.

Este viveiro de empregados con experiencia, asociado a unha retardación da evolución tecnolóxica, inflúe na contratación de empregados novos.

Evolución da idade dos empregados na industria gráfica

Tramos de idade	1995	2005
16 a 30	27%	18%
31 a 40	57%	58%
≥ 50	16%	24%

Fonte: Insee-DADS

O soldo medio na industria das artes gráficas é menor que o da industria manufactureira. As **diferencias de salario** son tamén menos importantes. Dous terzos dos empregados da industria das artes gráficas cobran entre 7 e 13 euros por hora, mentres que na industria manufacturera o soldo sitúase entre 7 e 15 euros por hora. A remuneración varía en función dos coñecementos esixidos por cada sector. O acabado, onde os empregados son na súa maioría obreiros, ten os soldos máis baixos (10 euros de media). Pola contra, a preimpresión chega aos 12,4 euros de media,

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

sendo o sector das artes gráficas cun salario máis alto. As diferencias de salario na preimpresión non son máis importantes que na industria manufactureira. Pero o índice horario medio é inferior debido á elevada cualificación dos empregados derivada da forte competencia que caracteriza ao sector.

Salario horario medio. 2005

Sector	Salario/hora
Impresión	11,7 €
Preimpresión	12,4 €
Acabado	10,1 €
Industria gráfica	11,7 €
Industria manufactureira	13,0 €

Fonte: Insee-DADS

7.7. O medio ambiente

Nunha contorna tan competitiva, as empresas do sector das artes gráficas deben, ademais, ter en conta novas consideracións ambientais. Ademais das esixencias do mercado, a regulamentación ambiental é cada vez máis estricta.

O Regulamento REACH

Foi adoptado en decembro de 2006 polo Parlamento e o Consello Europeo. O Regulamento REACH (Registration, Evaluation and Authorisation of CHemicals) entrou en vigor o 1 de Xuño de 2007. Pretende mellorar o coñecemento das propiedades das sustancias químicas producidas ou importadas pola Unión Europea, asegurar o control dos riscos derivados do seu uso e, se é necesario, a restrinxir ou prohibir o seu uso. Transfire os poderes públicos ás empresas, a responsabilidade da avaliación dos riscos e pon en práctica un política de substitución dalgúns produtos perigosos. Baséase principalmente en dous novos procedementos: o rexistro e a autorización. Unha Axencia europea de produtos químicos (AEPC) será a encargada dos aspectos técnicos e administrativos derivados deste dispositivo.

A impresión utiliza produtos que representan un **alto risco de contaminación** para o chan, a auga e o aire. Entre os axentes tóxicos máis importantes, no sector da industria gráfica, o Instituto nacional de investigación e seguridade sinala o tolueno,

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

utilizado como disolvente para as tintas de impresión. A xestión dos refugallos tóxicos en cantidade variable (DTQD) e a organización dos almacéns de sustancias perigosas supón moitos problemas. Os tratamentos químicos (neutralización, evapo-incineración, rexeneración) se levan a cabo en centros especializados.

Natureza dos produtos utilizados na impresión

Refugallos ordinarios	Restos de embalaxes, cartóns, plásticos, palets, placas de aluminio de residuos de impresión, recipientes de inmersión
Refugallos líquidos perigosos	Líquidos e reveladores, líquidos argéuticos, solucións acedadas, amoníaco, solucións básicas perigosas, tintas e disolventes, aceites
Refugallos sólidos perigosos	Trapos húmidos, embalaxes de produtos perigosos, aerosois

A federación de imprentas e comunicación gráfica (FIGG) asociouse coas cámaras de comercio e industria e coas cámaras de oficios para iniciar un proxecto común denominado “**Imprim’ Vert**”.

Este proxecto pretende mellorar a eliminación e a almacenaxe de residuos perigosos así como o abandono do uso de produtos tóxicos. O proxecto é pragmático e voluntario pero implica un verdadeiro compromiso por parte dos empresarios. A firma da carta “**Imprim’ vert**” permite utilizar o logo “**Imprim’ vert**” nos medios de comunicación. O avance ambiental vai máis aló da industria gráfica, implicando a todos os sectores relacionados. Os fabricantes de tintas levan a cabo un avance similar “**Coatings Care**” e as industrias papeleiras aplican a directiva europea IPPC “**Integrated Pollution Prevention and Control**”.

Na industria das artes gráficas, **os investimentos ambientais** eleváronse a 7,2 millóns de euros en 2005, representando un 1% dos investimentos corporativos totais, fronte a un 3% na industria dos bens de consumo e un 5% no conxunto da industria manufacturera. A estes investimentos, hai que engadir case 1 millón de euros dedicado a estudos previos ao investimento. A través das tres actividades que compón o sector das artes gráficas, os gastos céntranse na impresión cun 96% dos investimentos.

Debido aos produtos utilizados, (disolventes, tintas, etc..) os investimentos céntranse principalmente no campo do aire (75%) o que representa as tres cuartas partes do total investido, fronte ao 40% da industria manufacturera.

Investimento para protexer o medio ambiente. 2005

	Augas residuais	Refugallos	Aire e clima	Ruido	Solo	Outos	Total
Edición e Impresión	0,3	0,8	5,4	0,4	0,2	0,1	7,2
Industria bens de consumo	20,7	7,1	42,2	2,0	10,0	4,8	86,8
Industria Manufactureira	197,5	93,0	388,7	17,5	125,9	208,3	1 030,9

Fonte: Sessi.

7.8. A industria gráfica francesa por rexións

Cinco rexións francesas concentran a metade das imprentas con 20 empregados ou máis, segundo a enquisa anual de empresa 2006. L'ille-de-France, o norte de Pas-de-Calais, a rexión central do país, as rexións de La Loire e a rexión Rhône-Alpes contan co 57% dos empregados do sector.

L'ille-de-France concentra unha gran parte da industria das artes gráficas

En 2006, L'ille-de-France agrupaba 375 imprentas con 20 empregados ou máis, son 210 menos que en 1996. Igualmente, non concentra máis que o 21,5% dos empregos no ano 2006, fronte ao 27,5% en 1996. L'ille-de-France dispón de vantaxes competitivas comparativas que explican a súa importancia na industria gráfica francesa. En efecto, a **rede de infraestructuras** desta rexión favorece a rapidez do comercio, a concentración de sedes sociais facilita as negociacións, ademais, a proximidade dos grandes clientes atrae ás industrias. A forte concentración de empresas en L'ille-de-France subliña a importancia das reestruturacións.

O Nord-Pas-de-Calais mostra a importancia dos mercados de exportación

O Nord-Pas-de-Calais alcanza a segunda posición a nivel nacional. Esta rexión benefíciase de dúas vantaxes: a súa **densidade de poboación** e o seu **nivel de industrialización**. Os grandes clientes están presentes en tres segmentos: a impresión publicitaria, as embalaxes e as publicacións. En 10 anos, de 1996 a 2006, a rexión perdeu a cuarta parte das súas imprentas, o que fixo baixar o emprego un 29%. Situado no centro da Europa do Norte, a rexión Nord-Pas-de-Calais está exposta á competencia dos seus veciños, principalmente belgas que entran no mercado francés. Algunhas imprentas francesas toman o mesmo camiño, pero para imporse no mercado estranxeiro é necesario alcanzar un tamaño suficiente.

A rexión centro beneficiase da súa situación xeográfica

A rexión centro sitúase en terceiro lugar da industria das artes gráficas en Francia. Esta rexión beneficiase da **proximidade coa rexión parisiense** e os seus clientes. Algunhas grandes empresas concentran a maior parte de empregados. O número de pequenas empresas situadas ao redor das grandes é importante. Debido a isto, todos os mercados están cubertos na rexión. En 10 anos, de 1996 a 2006, a rexión centro perdeu con todo 900 empregos en empresas con 20 empregados ou máis.

Os Pays de la Loire: unha fonte de emprego na industria das artes gráficas

Os Pays de la Loire, e en menor medida a rexión da Aquitaine, desmárcanse das outras rexións. O **emprego creado** polas imprentas con 20 empregados ou máis aumenta nestas rexións. En 2006, os Pays de la Loire, agrupan 106 imprentas, 19 máis que en 1996 e 375 empregados máis. A mellora das infraestructuras viarias e ferroviarias explica esta evolución. Chégase a París rapidamente. Ademais, a proximidade das grandes cidades como Rennes, Vannes,... ofrece máis oportunidades.

A rexión Rhône-Alpes beneficiase dunha rede de transportes importante

En termos de emprego, na industria das artes gráficas, a rexión Rhône-Alpes sitúase no 5º posto aínda que o número de imprentas con 20 empregados ou máis a coloca na segunda posición a nivel nacional. A rexión Rhône-Alpes está sufrindo unha forte reestructuración desde fai 10 anos, pero moitas empresas non puideron seguir a evolución debido aos altos custos de investimento, o que provocou a desaparición dalgunhas delas. En 10 anos (entre 1996 e 2006), a rexión perdeu o 30% das súas empresas con 20 empregados ou máis, pero só o 9% das súas imprentas. Paralelamente, o emprego nestas últimas diminuíu un 18%.

7.9. Aspectos clave do sector gráfico francés

A industria das artes gráficas está atomizada; un gran número de moi pequenas empresas vira ao redor de grupos nacionais e internacionais. Movéndose nunha contorna moi competitiva, as empresas invisten máis que a media da industria manufactureira en equipos modernos que combinan a informática, a óptica e a robótica. O sector sofre para conservar a súa cota de mercado, tanto en Francia como

Estudo de Oportunidades de Negocio no Exterior

no estranxeiro, incluíndo a Europa que é a zona máis grande de intercambios comercial de material impreso.

Os resultados parecen estreitamente ligados ao tamaño das empresas, os grupos franceses logran globalmente resultados mellores que as empresas independentes ou os grupos estranxeiros.

Co obxectivo de que as empresas se unan para manterse e desenvolverse, o Estado e os organismos profesionais puxeron en marcha os **polos de produtividade**. Como exemplo de avances empresariais, algunhas empresas céntranse na exportación mentres que outras se centran na investigación colectiva.