



**Direction générale
de l'enseignement scolaire**

« Le baccalauréat professionnel RPIP : réalisation des produits imprimés et plurimédia

**Le contexte de la rénovation du diplôme
Synthèse prospective emplois compétences
Le contexte professionnel des industries de la
communication graphique**

**Richard NAVEZ,
Emplois compétences formation
UNIC**

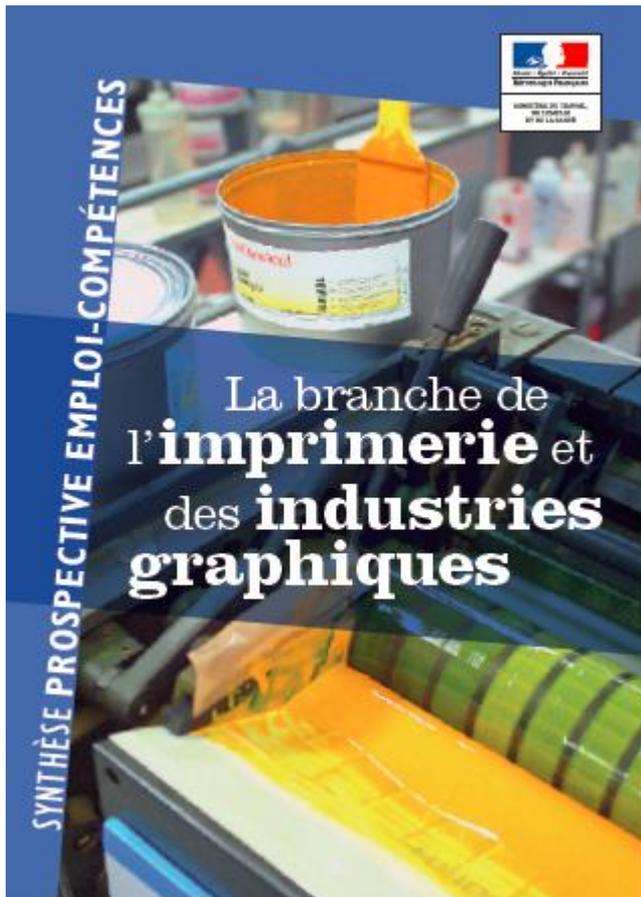
Le contexte de la rénovation du diplôme : veille documentaire

En 2010,

- « **Contrat d'étude prospective nationale relatif au secteur de l'imprimerie et des industries graphiques** », juillet 2010, Amboise Bouteille et associés, pour le compte de partenaires sociaux de l'imprimerie de labeur et des industries graphiques, DGEFP
- « **Enquête annuelle, panel 100, synthèse** », édition 2010, OPCA CGM, observatoire paritaire de la communication et des industries graphiques et du multimédia
- « **L'emploi et la formation dans les industries de la communication graphique, chiffres clés 2010, imprimerie, sérigraphie, reliure, brochure, dorure** », OPCA CGM, observatoire paritaire de la communication et des industries graphiques et du multimédia .
- « **Le marché de l'imprimerie en France** », synthèse SVP 2010, www.svp.com
- « **L'industrie graphique en chiffres** », hors série revue production industrielle, ministère de l'industrie et de l'emploi.
- « **Bilan IPEX et nouveaux modes de communication** », Pascale GUIGUENNE, responsable veille technologique, UNIC, réunion des réseaux des CFA de la filière Industrie Graphique.

Synthèse PROSPECTIVE EMPLOI – COMPÉTENCES

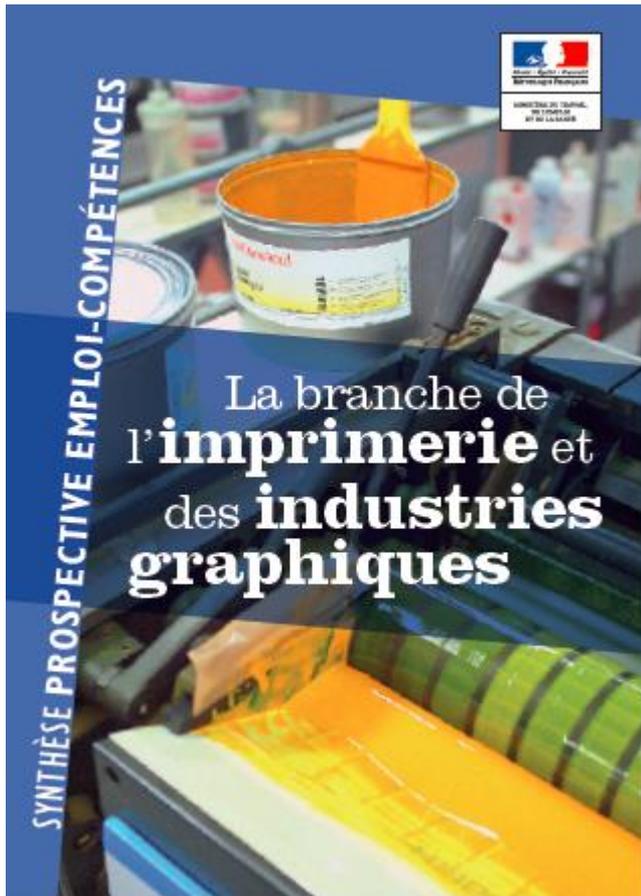
http://www.emploi.gouv.fr/files/files/synthese_imprimerie_industries_graph.pdf



Face à :

- Baisse de la consommation d'imprimés
- Enjeux environnementaux prégnants
- Des relations différentes avec les donneurs d'ordres
- Concurrence à l'échelon régional, national et international
- Evolutions technologiques rapides, à absorber, à valoriser
- Segmentation des marchés du livre, de l'édition, de l'imprimé publicitaire, des documents dématérialisés, des documents fiduciaires, du catalogue de la VAD avec une offre mixte web + print, ...

Synthèse PROSPECTIVE EMPLOI – COMPÉTENCES



Des réponses en termes de :

- En amont : conseils, relations partenariales auprès de la clientèle et des donneurs d'ordre en termes de solutions (de produits de communication et non plus en termes de prestation technique ;
- Gestion numérique des données, des fichiers : du client à la livraison ;
- En aval : prestations et services plus complets intégrant la finition, le routage, la distribution
- Elargissement des supports de communication, extension aux média web ;
- Meilleure maîtrise de la construction, du traitement, de la gestion des bases de données
- Marchés de niche, marché du luxe
- Mise en réseau, groupements d'intérêts

Le contexte de la rénovation du diplôme : rapport d'opportunité

Mai 2011, 12^{ième} CPC : rapport d'opportunité présenté par R NAVEZ, UNIC:

→ Élargissement des compétences en interne des entreprises

- **En pré presse** : organisation du message , gestion PAO sur différents supports, contrôle de la colorimétrie sur tous les supports (papier, tablettes, écrans), complémentarité au print, ...
- **En impression offset** : préparation, imprimabilité, calage, impression offset, polyvalence sur machines d'impression, de finition, impression à partir de différents procédés (flexographie, sérigraphie, héliogravure), gestion de la colorimétrie, qualité
- **En impression numérique** : diversification des produits de communication, personnalisation, réglage des pdf, outils de préflight, contrôleurs d'imposition, imprimabilité, applications web to print
- **En mise en forme** : packaging, en finition en ligne, reliure et façonnage, routage
→ **bac pro FIR**
- **En gestion de flux**, sécurisation des données, conversion de données, gestion des données variables
- **Comme Fabricant deviseur, informaticien spécialisé, technico commercial**

Le contexte de la rénovation du diplôme : rapport d'opportunité

Mai 2011, 12^{ième} CPC : rapport d'opportunité présenté par R NAVEZ, UNIC:

- 6 600 entreprises
- 71 000 salariés
 - 1/3 des emplois féminins
 - 13,5 % des emplois en pré presse
 - 32% des emplois en imprimerie
 - Départs en retraite : 12% des 71 000 salariés ayant plus de 55 ans
- Logique industrielle à une logique de services
- Besoins de technicité, postes techniques clefs
- Niveau de complexité du parc machine
- Hautes technologies pour répondre à la variété de la demande des marchés

« NOUVELLES TECHNOLOGIES » : <http://www.weo.fr/videos/temps-fort-euroskills>



Le contexte de la rénovation du diplôme : veille documentaire

En 2014,

- « **Enquête annuelle, panel 100, synthèse** », édition 2013, OPCA CGM, observatoire paritaire de la communication et des industries graphiques et du multimédia
- « **Étude de l'activité formation, communication graphique** »
www.agefospme-cgm.fr
- **Rapport annuel sur les marchés de la communication graphique « REGARDS », édition 2013**
- **Revue « ACTEURS de la filière graphique », UNIC**
- **Revue Culture papier « LA LETTRE pour le développement durable du papier et de l'imprimé »**

Le contexte professionnel des industries de la communication graphique



POINT de VUE ENTREPRISE

Les industries de la communication graphique :

En lien avec un plus grand nombre d'acteurs et de partenaires dans les domaines de :

- de la personnalisation ;
- du conseil technique.

Confrontées :

- à la nécessité de disposer ou faire appel à des services spécialisés ;
- à l'exigence de la qualité et de l'évolution des normes ;
- au respect des normes environnementales ;
- aux question de santé, hygiène, sécurité au travail.

Le contexte professionnel des industries de la communication graphique



POINT de VUE ENTREPRISE

Évolution des marchés traditionnels de l'impression : ↓

Développement des supports plurimedia (diffusion numérique, dématérialisation, diffusion pour le web ...) : ↑

Évolution des procédés, techniques et supports d'impression : ↑

Intégration forte du numérique dans toute la chaîne graphique (produits personnalisés, données variables,...) : ↑

Le contexte professionnel des industries de la communication graphique



POINT de VUE ENTREPRISE

Se caractérise par :

- Une diversité des produits de communication à réaliser (tout ou partie) ;
- Une exigence de réactivité, de qualité ;
- Une internalisation des services et prestations ;
- **La mobilisation du numérique à tous les stades de la préparation et de la production.**

Le contexte professionnel des industries de la communication graphique



POINT de VUE ENTREPRISE

Se caractérise par une diversité des produits de communication à réaliser (tout ou partie) : **productions imprimées** :

- affiches, prospectus, imprimés publicitaires ;
- presse, magazines ;
- livres, brochures, catalogues ;
- signalétique, kakemonos, publicité sur le lieu de vente (P.L.V.) ;
- sérigraphie, impressions tissus et autres matériaux ;
- packaging, emballages, étuis souples, étiquettes ;
- documentation commerciale et technique ou administrative ;
- imprimés fiduciaires et/ou de sécurité ;

Le contexte professionnel des industries de la communication graphique



POINT de VUE ENTREPRISE

Se caractérise par une diversité des produits de communication à réaliser (tout ou partie) : **productions graphiques**

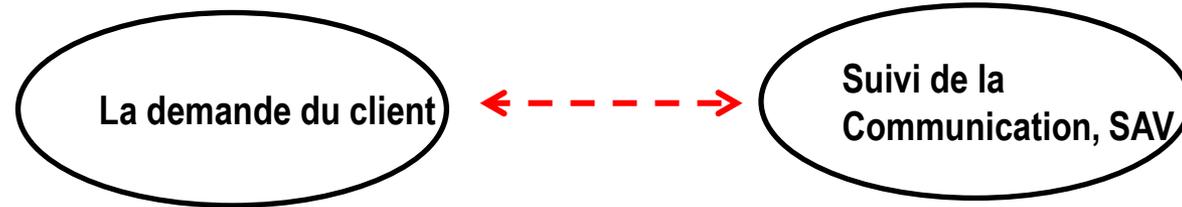
annonces, publicités, publicités animées ;
vente à distance, sites internet, newsletters, pages web, blogs ;
internet mobile : s.m.s, m.m.s, push et s.m.s cliquable ;

livres électroniques, édition numérique ;

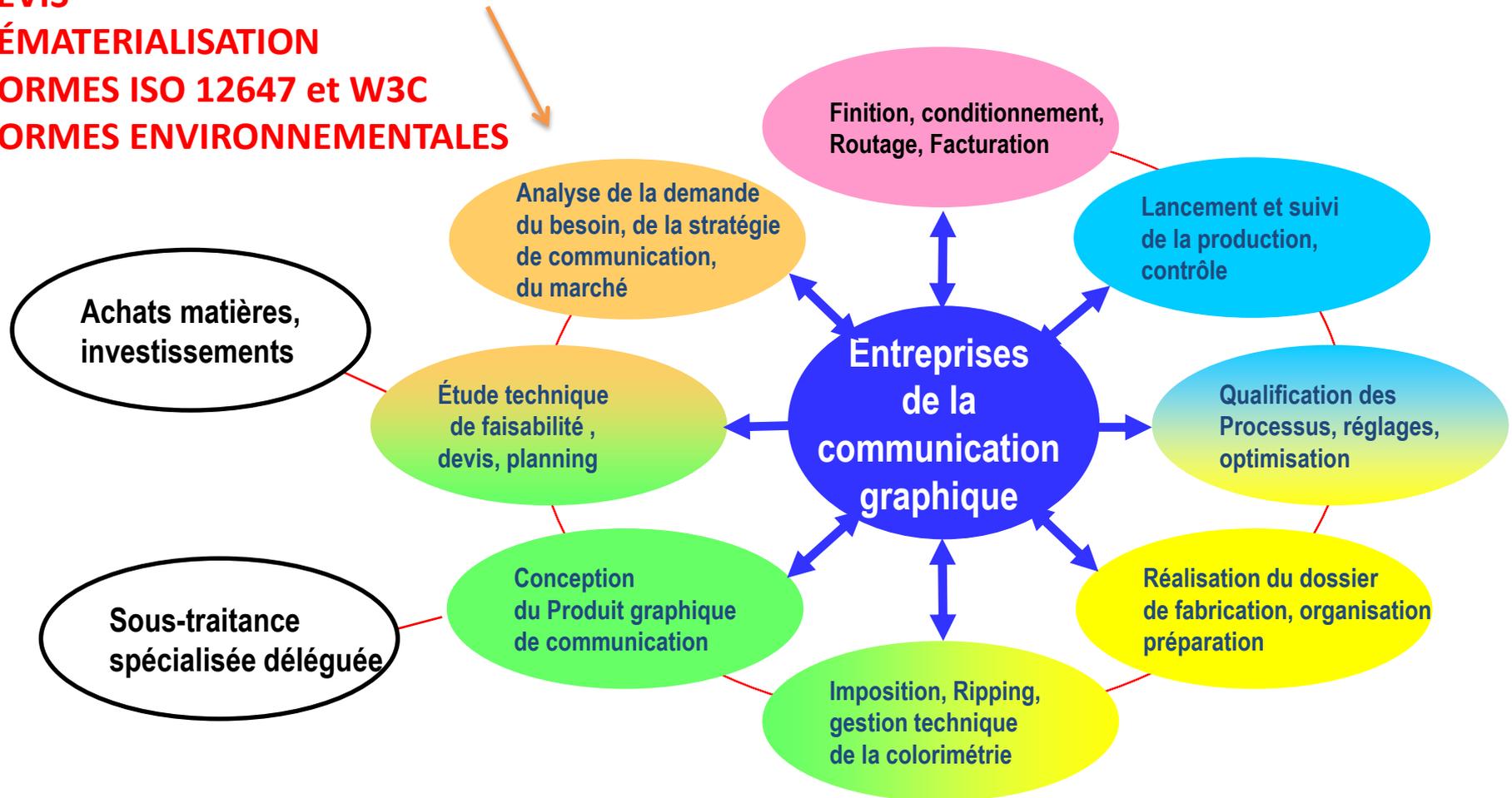
imprimés publicitaires en interaction avec d'autres media numériques
(Qrcodes, applications spécifiques)

catalogues offrant une approche mixte avec le web, le e-commerce ;

La chaîne numérique de réalisation de produits graphiques multimedia, multi canaux et multi supports



DEVIS
DÉMATÉRIALISATION
NORMES ISO 12647 et W3C
NORMES ENVIRONNEMENTALES



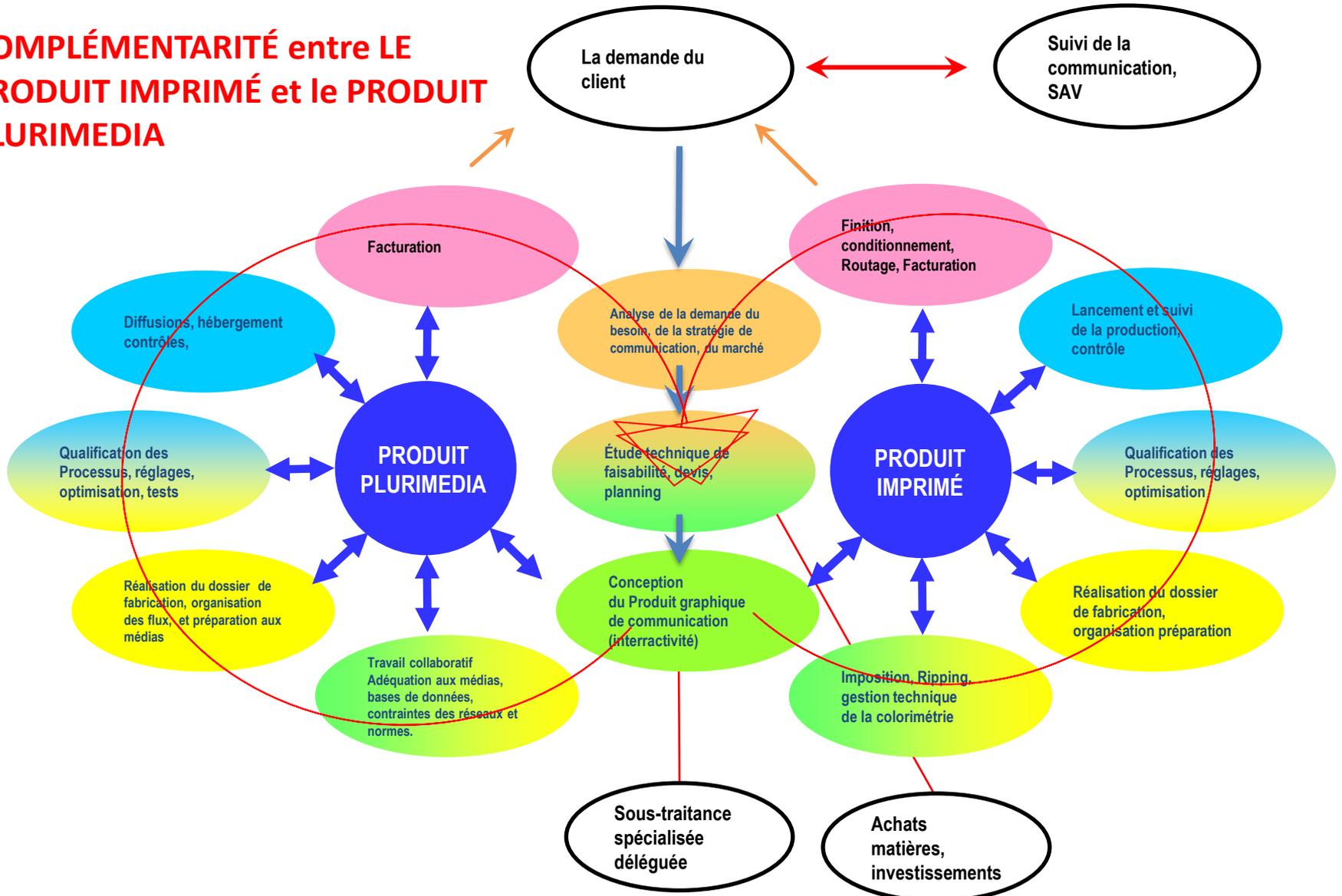
Le contexte professionnel des industries de la communication graphique

2 constats forts :

- **Convergence des supports de communication et procédés de réalisation** pour concrétiser à partir du projet « global » de communication du client **les produits de communication qui en découlent**
- **Complémentarité** entre les supports plurimedia et les supports imprimés,

La chaîne numérique de réalisation de produits graphiques multimédia, multi canaux et multi supports

COMPLÉMENTARITÉ entre LE **PRODUIT IMPRIMÉ** et le **PRODUIT PLURIMEDIA**



Les attentes des professionnels face aux évolutions du secteur et des marchés



POINT de VUE ENTREPRISE

Être en capacité de **conforter, conseiller, le client**, de **lui apporter un ensemble de conseils et prestations** pour concrétiser son projet de communication.

Être en capacité de **passer d'une offre de solutions techniques à une offre de « services techniques »**

Être en capacité **d'intégrer la gestion des flux numériques** dans le cadre des processus et **procédés d'impression : traditionnels et numériques.**