

Il croit que le changement technologique aura des effets considérables sur l'industrie. Il est très probable que l'éditique et les systèmes d'édition électronique auront pour effet d'accroître le nombre de titres aux États-Unis. Le besoin en matériel d'instruction personnalisé répondant aux conditions locales et régionales exigeront des éditeurs qu'ils produisent de nombreuses versions des textes de base. L'USDOC indique qu'en raison du coût élevé de cette tâche, les éditeurs auront recours aux imprimeurs américains pour produire les diverses versions aux moindres coûts. Toutefois, l'USDOC indique que la technologie peut représenter soit une menace, soit un avantage pour l'industrie de l'édition de livres.

L'USDOC signale que les éditeurs seront susceptibles d'accroître l'utilisation des bandes, des disquettes d'ordinateur et d'autres nouveaux moyens pour remplacer le papier imprimé. D'après l'USDOC, le marché des livres sonores (livres offerts en cassettes) connaît une croissance rapide. Il note également que le marché des livres en format numérique croît à mesure que les consommateurs optent pour le disque compact.

Imprimés commerciaux

L'USDOC indique que les ventes de produits publicitaires, de magazines et de périodiques, ainsi que de catalogues et d'annuaires représentent plus de 68 % de tous les imprimés commerciaux des États-Unis. Le reste du volume de vente de l'industrie est réalisé par les ventes de matériel publicitaire, lequel comprend le courrier direct, les affiches et les pancartes, les circulaires commerciales et les encarts publicitaires pré-imprimés.

On évalue les expéditions de l'industrie de l'imprimerie commerciale pour 1988 à 45,7 milliards de dollars US. L'USDOC prévoit qu'en 1989, les expéditions passeront à 50,1 milliards de dollars US, soit une hausse de 4,7 % par rapport aux niveaux de 1988 en dollars constants. D'après l'USDOC, plusieurs facteurs ont contribué à la croissance de ces médias imprimés en 1988. Les imprimeurs de magazines d'intérêt général ont profité de produits d'exploitation accrus par numéro suite à l'augmentation du nombre de pages de publicité. Bien que le nombre de catalogues par série ait diminué, les imprimeurs ont constaté que les éditions et les envois étaient plus fréquents, et que de nouveaux catalogues ont été lancés. Les ventes des imprimeurs commerciaux ont également été en hausse en raison de la réduction de la réglementation dans l'industrie du téléphone, ce qui a entraîné une plus grande concurrence en publicité et une augmentation conséquente du nombre d'annuaires téléphoniques réguliers et l'introduction d'annuaires destinés aux membres de marchés précis. Les imprimeurs d'étiquettes et de jaquettes ont enregistré une croissance des ventes supérieure à la moyenne en 1988, en raison de l'adoption des étiquettes auto-adhésives par l'industrie de l'emballage. Toutefois, les imprimeurs financiers ont enregistré des baisses de ventes en 1988, suite au krach boursier d'octobre 1987 et à la diminution simultanée du nombre de nouvelles actions et obligations émises.