



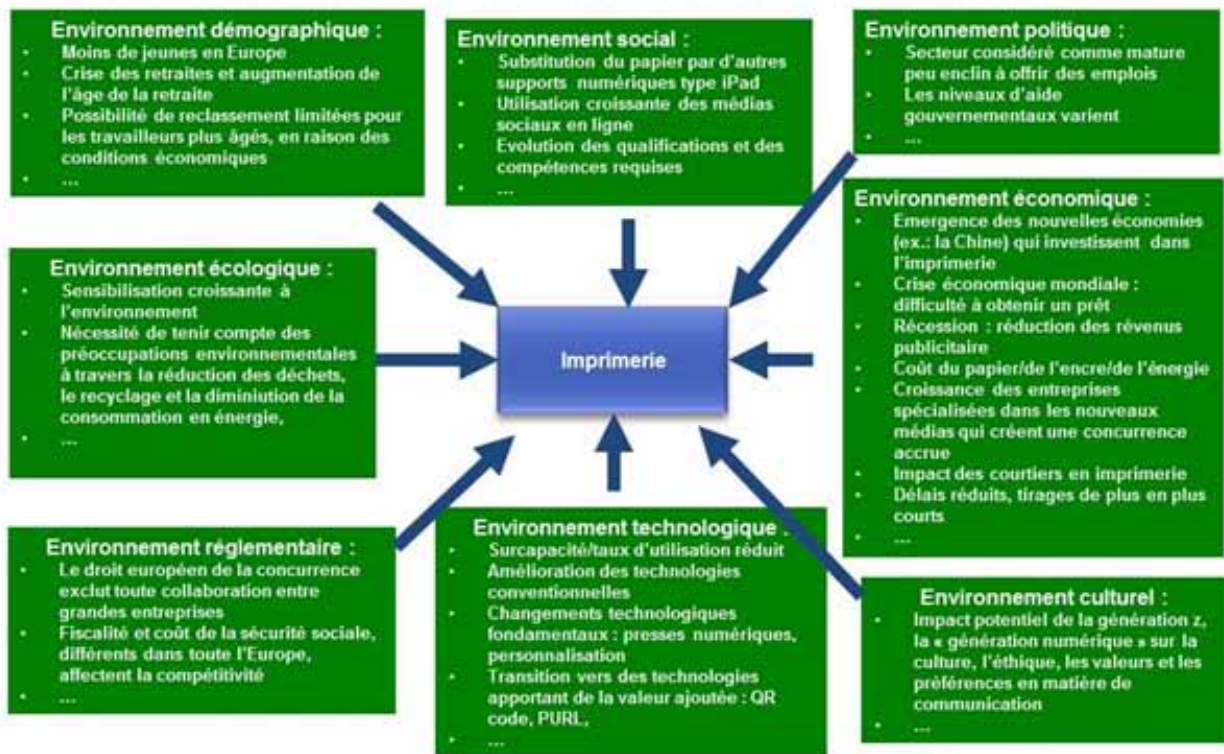
L'analyse SPECTRED de l'environnement

L'industrie graphique et l'imprimerie en particulier comme toute entreprise est influencée par des facteurs extérieurs.

Pour mettre en évidence ces différents facteurs, différents outils sont à la disposition de l'imprimeur dont l'analyse SPECTRED qui distingue les facteurs économique, politique, démographique, sociologique, culturel, juridique, technologique, écologique, etc. qui peuvent influencer la situation présente et future de l'entreprise ainsi que ses volontés stratégiques pour l'avenir.

D'autres acronymes sont également utilisés comme l'analyse PEST (Politique, Economique, Social, Technologique, Ecologique) ou PESTEL (si l'on juge que la dimension juridique est particulièrement pertinente). Je vous engage à consulter l'analyse PEST paneuropéenne pour les entreprises graphiques effectuée par le programme des Communautés européennes pour l'emploi et la solidarité – PROGRESS (2007 – 2013) dans sa publication intitulé [« Toolkit, l'avenir de l'industrie graphique en Europe est entre nos mains, restructurations : votre boîte à outils pour agir »](#).

SPECTRED DE L'INDUSTRIE GRAPHIQUE



Analyse SPECTRED d'après PEST du PROGRESS

Il est intéressant de compléter cette analyse en précisant pour chacun des éléments mis en évidence s'il apparaît comme étant plutôt une opportunité ou comme une menace.

Par exemples,


- la réduction des tirages mise en avant par le facteur économique et la substitution du papier par d'autres supports numériques par le facteur social est sans aucun doute **une alerte** aux professionnels de l'imprimerie d'accroître leur expertise vers d'autres types de supports ou de canaux de communication autre que le papier
- le facteur culturel nous prévient de l'arrivée de la génération qui a été élevé avec les ordinateurs et Internet. Tout comme la génération X est plus susceptible aujourd'hui d'allumer un téléviseur que de lire un livre, de prendre le téléphone que d'écrire une lettre, cette génération Y et les boomers sont plus susceptibles à favoriser l'e-mail, la messagerie instantanée, les SMS, et les médias sociaux. **Des nouveaux médias et technologies qui ne doivent pas être étrangers aux imprimeurs de demain que ce soit pour communiquer ou pour attirer de nouveaux clients !**
- l'évolution des qualifications et des compétences mise en avant par le facteur social pose très clairement la question « De quelle ressource aura le plus besoin mon imprimerie ? ». Même si aujourd'hui il n'est pas rare d'entendre comme réponse « un commercial permettrait d'augmenter mon chiffre d'affaire » au risque de perpétuer les prestations « traditionnelles » de l'imprimerie, **il est peut-être temps d'employer de nouvelles compétences qui comprennent les nouveaux processus et moyens de communication.**
- ...



Le but d'une analyse SPECTRED est de permettre à l'imprimeur de :

- S'adapter aux mutations de l'environnement socio-économique
- Tirer parti des facteurs réglementaires
- Percevoir les bouleversements technologiques
- Anticiper et accompagner les évolutions démographiques
- Transformer les contraintes écologiques en opportunités

 Facebook

 Twitter

 LinkedIn

<http://www.yatandprintmedia.fr/>

