

To print or not to print ? That is the question ...

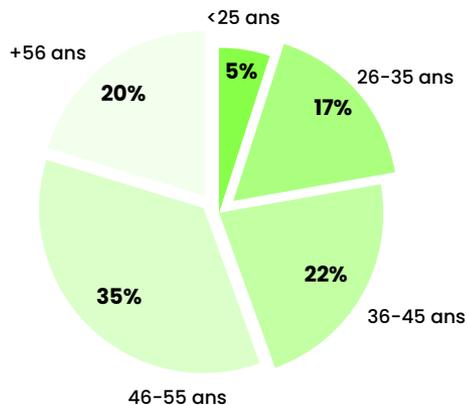


133 répondants
à l'enquête

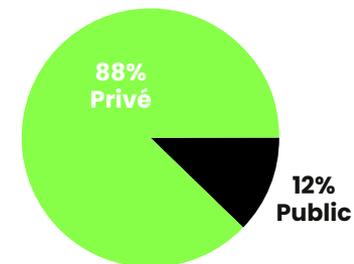
1. INFORMATIONS GÉNÉRALES

Profil

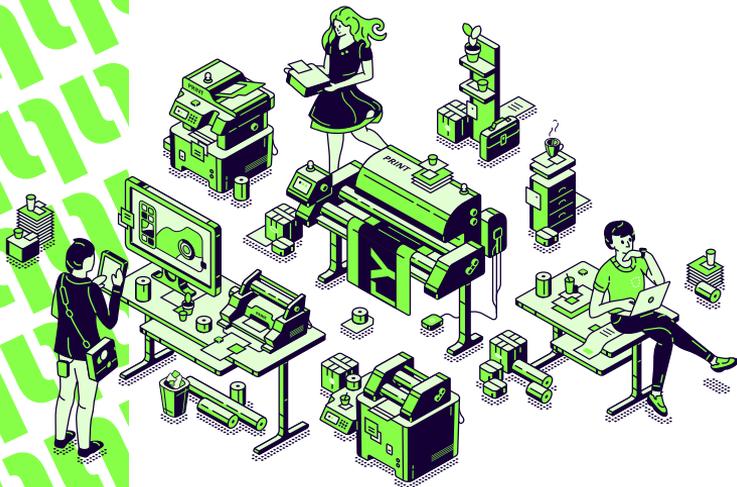
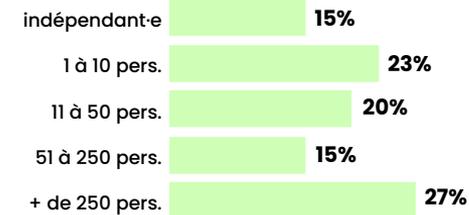
Âge



Structure



Taille structure



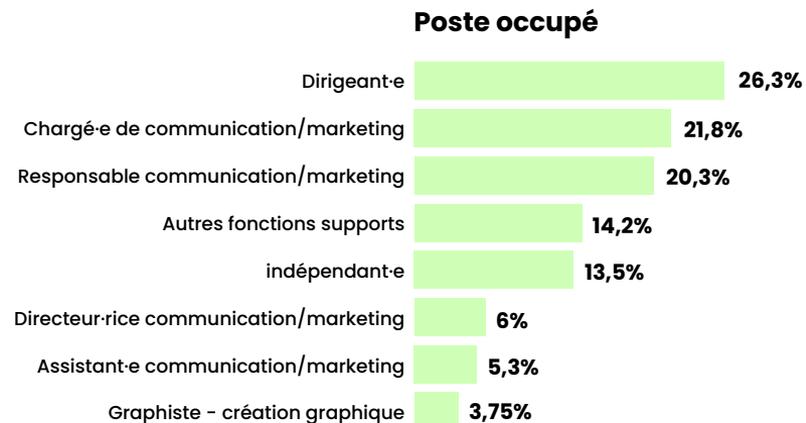
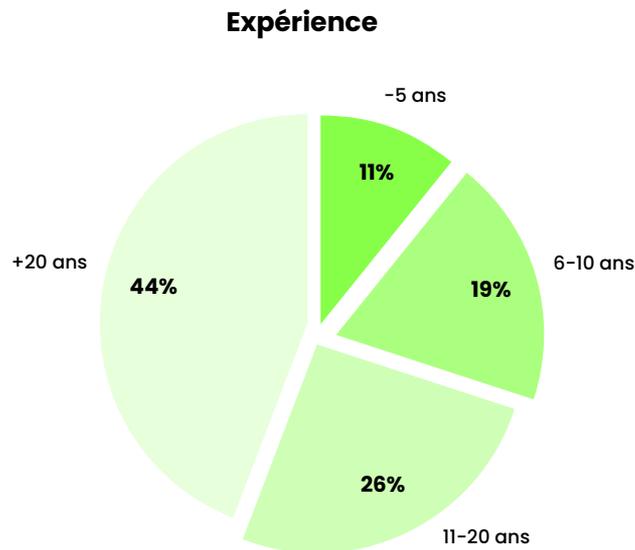
To print or not to print ? That is the question ...



133 répondants
à l'enquête

1. INFORMATIONS GÉNÉRALES

Poste

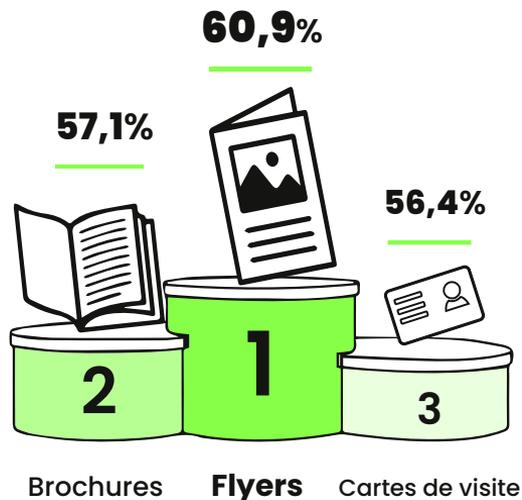


To print or not to print ? That is the question ...

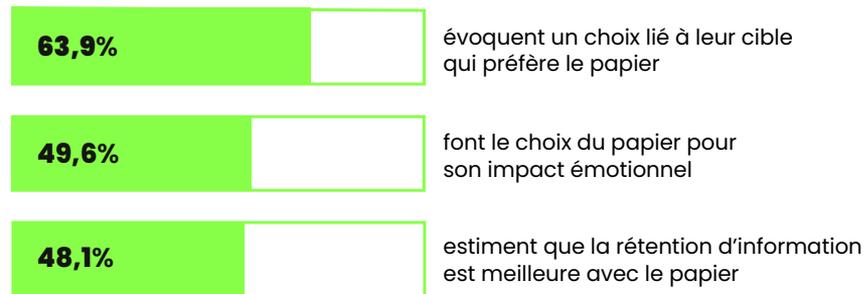
 **133** répondants à l'enquête

2. UTILISATION DES SUPPORTS PAPIER

Top 3 des supports papiers les plus utilisés



Motifs de sélection



Des exemples de supports imprimés qui n'ont pas fonctionné (48 réponses)

- 1 - Flyer
- 2 - Affiches et cartes de vœux (ex aequo)
- 3 - Catalogue

Pourquoi ?

- Mode de distribution qui ne convient pas
- Support qui n'est pas adapté à la cible ou au sujet
- Lieu de distribution qui n'est pas adapté à la cible
- Problème de qualité du support, trop "jetable"

To print or not to print ? That is the question ...

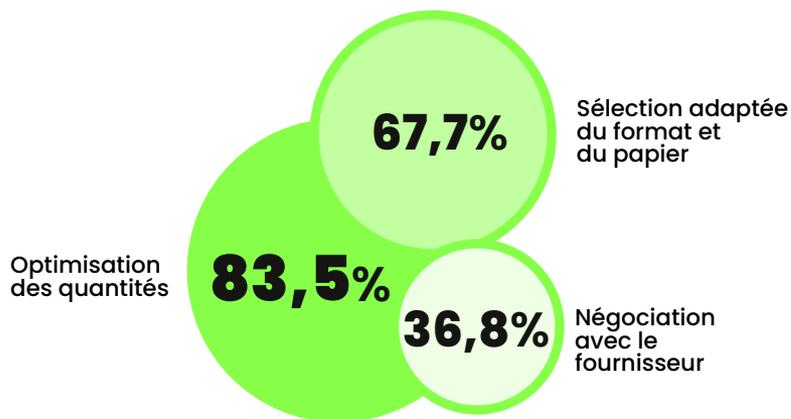


133 répondants
à l'enquête

2. UTILISATION DES SUPPORTS PAPIER

 **Contraintes liés au coût des supports imprimés**

Classement des modes de gestion des coûts



Les tips des répondants : mutualisation, création de supports avec des contenus peu évolutifs ou modifiables sans nécessité une réimpression totale, ciblage précis.

 **Retour sur investissement**



85%

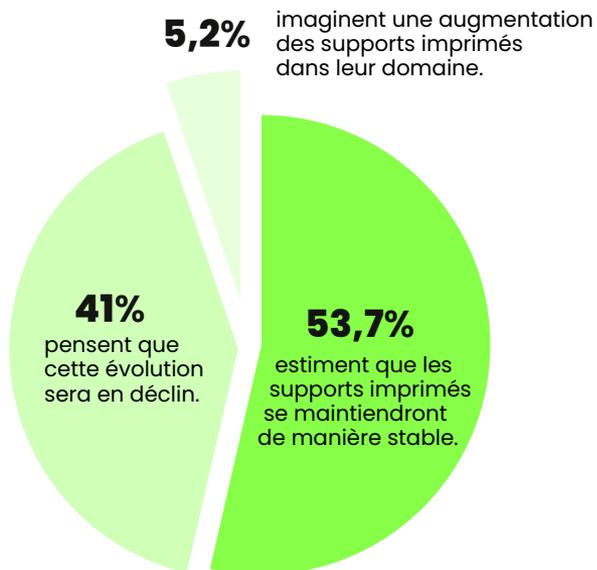
mesurent le **ROI** de leurs supports imprimés

Comment ? Analyse des retours clients via enquête ou en direct, mise en place d'un QR Code avec le tracking associé, observation du comportement client face aux supports à disposition, calcul de l'évolution du CA.



3. PERCEPTION DU FUTUR DU PRINT

Évolution dans les 5 prochaines années



Raisons principales :

- Print et numérique : une complémentarité essentielle (31 réponses en ce sens)
- Levier de différenciation : Impact, rareté et retour à l'essentiel (28 réponses en ce sens)
- Vecteurs de proximité, de confiance et d'engagement émotionnel (24 réponses en ce sens)
- Choix plus écologique qu'il n'y paraît (2 réponses en ce sens)



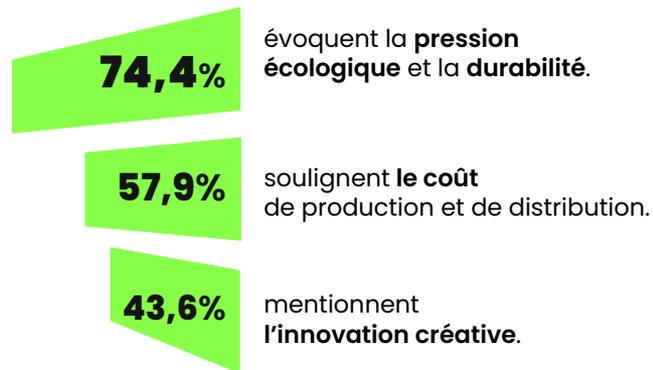
Raisons principales :

- Montée en puissance du digital : changement des habitudes de consommation (12 réponses en ce sens)
- Impact écologique et économique du papier (5 réponses en ce sens)
- Changement des habitudes de consommation pour une transition vers le numérique (4 réponses en ce sens)



3. PERCEPTION DU FUTUR DU PRINT

Les facteurs clés de l'avenir du print en communication



Suggestions pour améliorer les services d'impression :

- Obtenir des conseils sur les meilleures options en termes de prix, d'empreinte carbone et de techniques actuelles (15 réponses en ce sens)
- Travailler sur la personnalisation sur mesure pour améliorer la qualité et la gestion des quantités (7 réponses en ce sens)
- Proposer des délais réduits et une diffusion maîtrisée (4 réponses en ce sens)
- Proposer des outils en ligne complémentaires (2 réponses en ce sens)
- Mutualiser les impressions entre différents clients (1 réponse en ce sens)

Principaux produits ou services que les répondants aimeraient retrouver dans les imprimeries



Conseils en Éco-conception et Responsabilité Environnementale



Innovation des technologies et Digitalisation



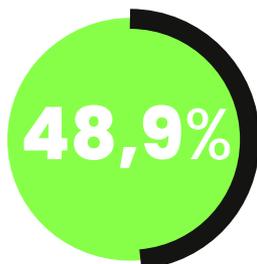
Personnalisation de l'accompagnement : Conseils + Suivi

To print or not to print ? That is the question ...

 **133** répondants à l'enquête

4. ASPECTS ÉCOLOGIQUES

Niveaux d'importance accordés aux aspects écologiques et RSE dans les choix de communication



Important



Très important



moyennement important



Peu important



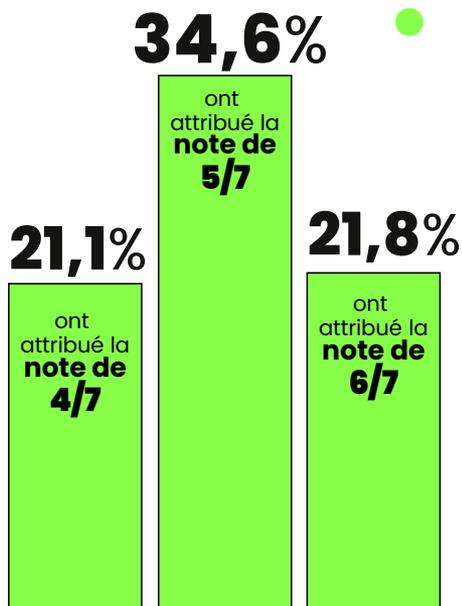
Les actions déjà mises en place par les répondants

- Ecoconception globale, avec des choix responsables concernant le papier (recyclé, FSC), le grammage, les encres, et les quantités imprimées pour éviter le gaspillage. Les entreprises privilégient également des fournisseurs locaux, impression en France, et des labels écologiques tels qu'Imprim'Vert et PEFC.
- La réduction de l'impact carbone est une priorité, avec des actions sur la mobilité, le numérique et l'optimisation logistique.
- La communication digitale est souvent optimisée, avec des sites web légers et de qualité, et une gestion mesurée des fichiers numériques et des e-mailings
- Les déplacements sont limités, privilégiant les modes de transport écologiques, comme le vélo ou les transports en commun.
- Mise en place de goodies durables pour une gestion plus responsable des ressources.



4. ASPECTS ÉCOLOGIQUES

**Les supports imprimés,
une solution respectueuse
de l'environnement**



(sur une échelle de 1 à 7)

Et pourquoi, selon les répondants ?

- Beaucoup soulignent que le papier est **recyclable, jusqu'à 7 fois**
- L'impact des impressions peut être contrôlé par la mise en place de plusieurs actions : choix de prestataires responsables, des quantités ajustées, des encres respectueuses et des formats optimisés...

Ils ont aussi dit :

- Imprimer moins, c'est imprimer mieux.
- Nous aurons toujours besoin de supports print, mais ils seront peut-être plus qualitatifs.
- Le mix digital et print doit être adopté selon la cible.
- Il faut sensibiliser sur l'impact du digital et montrer que finalement **le print est bien plus respectueux.**