

Le visage de l'imprimerie

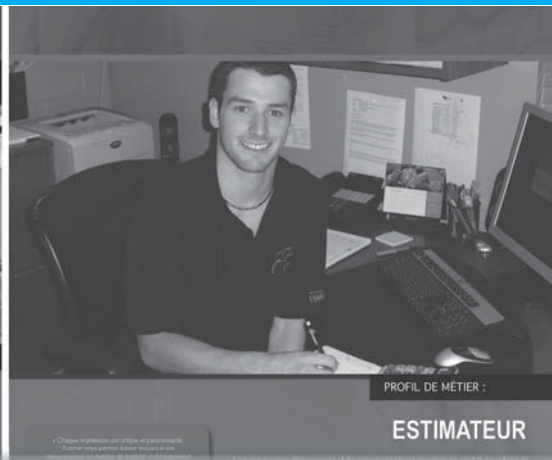
HIVER 2011 >> VOLUME 05, NUMÉRO 1



PROFIL DE MÉTIER :

COORDINATEUR DE LA PRODUCTION ET CONSEILLER DU SERVICE À LA CLIENTÈLE

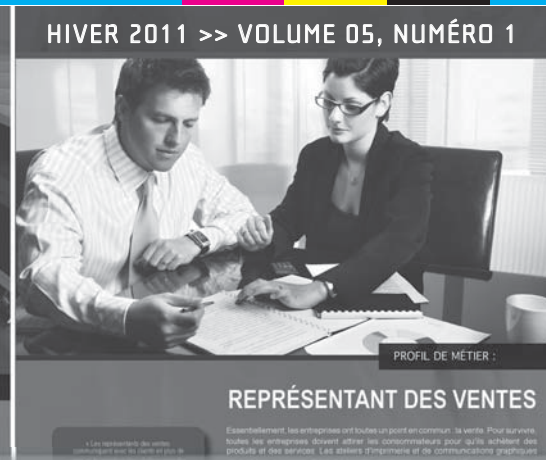
Les clients demandent des produits imprimés à la perfection, et ce, à temps. Chaque fois. Heureusement que les coordinateurs de la production et les



PROFIL DE MÉTIER :

ESTIMATEUR

Chaque impression est unique et personnalisée. Chaque demande nécessite des services personnalisés et adaptés à chaque



PROFIL DE MÉTIER :

REPRÉSENTANT DES VENTES

Essentiellement, les entreprises ont toutes un point en commun : la vente. Pour survivre, toutes les entreprises doivent attirer les consommateurs pour qu'ils achètent des produits et des services. Les salons d'imprimerie et de communications graphiques

Nouvelles publications : Normes de compétences du CSIC pour le secteur du soutien de la production

C'est avec fierté que le CSIC a lancé ses normes de compétence du secteur du soutien de la production dans le cadre du salon Print World 2010 à Toronto le 21 novembre dernier.

Les nouvelles normes de compétences et les profils de métiers pour les estimateurs, les représentants des ventes et les coordonnateurs de la production/conseillers du service à la clientèle décrivent les connaissances et les compétences qu'un employé doit posséder pour s'acquitter des fonctions de son emploi. Ces normes et ces profils profiteront aux employeurs de l'industrie de l'imprimerie, aux employés actuels et futurs, ainsi qu'aux étudiants et aux éducateurs alors qu'ils utiliseront ces outils pratiques pour le recrutement et la formation.

Près de 40 intervenants de l'industrie se sont joints au

CSIC lors de ce lancement, qui a été commandité en partie par Fujifilm Canada Inc.

« Les employés du secteur du soutien de la production jouent un rôle important dans le flux de travail, le contrôle de la qualité et les résultats nets, a déclaré M. Brian Ellis, président du projet. Ces nouvelles normes et nouveaux profils permettront d'assurer que nous avons des travailleurs mieux formés et plus polyvalents qui contribueront à faire prospérer notre industrie. »

« Les normes permettent aux employeurs d'évaluer les compétences de leurs nouveaux employés et de ceux déjà en poste, et les aident donc à déterminer la formation et le perfectionnement dont leurs employés ont besoin pour favoriser leur rendement, a ajouté M. Jeff Ekstein, coprésident du conseil du CSIC. Ces

normes servent aussi à élaborer des programmes d'études dans les établissements d'enseignement postsecondaire et de formation. »

Ces plus récentes normes font partie du projet du CSIC, *Compétences pour l'avenir*, lequel a produit des normes et des profils qui correspondent à neuf autres métiers. Toutes les normes et tous les profils ont été élaborés et validés par l'industrie, pour l'industrie. Le CSIC a commencé à élaborer des normes à l'intention des gestionnaires de la production qui devraient être publiées à la fin de 2011.

Vous pouvez télécharger les normes de compétences du secteur du soutien de la production et les profils de métiers à partir du site www.cpisc-csic.ca ou encore, commander des copies papier à info@cpisc-csic.ca.

Coprésident du CSIC nommé au poste de secrétaire de la PIA

La Printing Industries of America (PIA) a nommé ses dirigeants et son conseil d'administration de 2011 lors de son assemblée administrative d'automne tenue le 14 novembre à San Francisco, en Californie. Parmi les nouveaux membres figure M. Jeff Ekstein, coprésident du conseil du CSIC.

Jeff fait partie de la troisième génération de propriétaires de l'entreprise familiale Willow Printing Group à Concord (Ontario). Il travaille dans l'entreprise familiale depuis l'âge de dix ans. Il a obtenu un diplôme

en économie et en administration des affaires de l'Université York en 1983 et a ensuite suivi le programme de Graphic Arts Certified Executive (CME) de l'Université York et la NAPL. Actuellement président-directeur général de Willow Printing Group, M. Ekstein a dirigé l'acquisition de plusieurs entreprises d'imprimerie au fil des ans et, plus récemment, a fait l'achat d'un atelier d'envois postaux. Il est également président du Comité d'éducation de la PIA, membre du jury pour les prix Premier Print et membre du Comité exécutif de la Printing Industries of America.

DANS ce numéro

P. 2 Le saviez-vous?
Sondage auprès des Employeurs
Regard sur 2011

P. 3 Profils des nouveaux membres du conseil
Soyez branchés socialement grâce aux
médias sociaux

P. 4 Pleins feux sur l'innovation
Print World 2010
Promotion de l'impression



Le visage de l'imprimerie >>

Conseil sectoriel de l'imprimerie du Canada

151, rue Slater, bureau 1110, Ottawa ON K1P 5H3 | www.cpisc-csic.ca | info@cpisc-csic.ca | Sans frais : 1-888-688-0293 | Tél : 613-688-0293 | Téléc : 613-232-1334

Canada

Le CSIC est financé par le Programme des conseils sectoriels du gouvernement du Canada. Les opinions et les interprétations exprimées dans cette publication sont celles de l'auteur et ne représentent pas nécessairement celles du gouvernement du Canada.

Le saviez-vous?



Selon le rapport du CSIC, **Comblant les écarts**, (qui sera diffusé en janvier 2011) :

- 39 % des opérateurs de presse offset rotative ont besoin de compétences relatives au travail d'équipe afin d'assumer des rôles de chef et de promouvoir le travail d'équipe au sein de l'organisation;
- 34 % des opérateurs de presse numérique ne possèdent pas de compétences en matière de processus et contrôle du flux de travail afin d'appliquer des principes d'ordonnancement, ainsi que d'analyser et d'interpréter le rendement de la production;
- 29 % des opérateurs de presse offset rotative, offset à feuilles et flexographique ne possèdent

pas les compétences en matière de santé et sécurité;

- 29 % des opérateurs de presse offset rotative et numérique ne possèdent pas une connaissance approfondie de l'industrie et des processus d'impression qui peuvent être utilisés pour renseigner et former les autres.

Que font les fournisseurs de formation et les établissements d'enseignement pour régler ces pénuries de compétences? Quels sont les modes de prestation de formation qui conviennent davantage à l'industrie? Quelles sont les recommandations du CSIC?

Les réponses à ces questions et d'autres encore seront bientôt disponibles au www.cpisc-csic.ca dans le rapport **Comblant les écarts**.

Sondage auprès des EMPLOYEURS

Cet automne, le CSIC a élaboré et lancé un sondage en ligne auprès des employeurs de l'industrie de l'imprimerie et des communications graphiques. Les résultats du Sondage de 2010 auprès des employeurs sont maintenant affichés en ligne au www.cpisc-csic.ca

Qu'est-ce que le CSIC a pu confirmer? Les enjeux de RH de l'industrie n'ont pas changé depuis la publication de l'Étude des RH et de la Carte routière des technologies et des compétences. Malgré le récent bouleversement économique, les trois principaux défis en matière de RH auxquels font face les répondants sont toujours le vieillissement de la main-d'œuvre, la pénurie de travailleurs qualifiés et le manque de sensibilisation et d'intérêt à l'endroit des professions de l'industrie de l'imprimerie et des communications graphiques.

Selon les réponses des employeurs et les priorités établies par le Conseil sectoriel, le CSIC est très bien placé pour aider l'industrie à relever ces défis en mettant à exécution son nouveau plan stratégique, lequel est affiché sur le site Web.

Les membres de l'industrie ont aussi réitéré leur intérêt pour la certification; de fait, près de 70 % des répondants ont indiqué qu'ils appuieraient la certification de leurs employés. Le CSIC est en train d'élaborer un programme national de certification basé sur les normes de compétences, afin de reconnaître les employés de l'industrie.

De plus, le CSIC a confirmé qu'une forte proportion d'employeurs est au courant des normes de compétences nationales. Le sondage a fait la lumière sur les activités qui découlent de ces normes de compétences : la rédaction de description de travail, l'élaboration et la prestation de formation, l'embauche de nouveaux employés et le développement et la tenue d'évaluations de rendement.

Regard sur 2011 : Message des coprésidents du conseil

Il est difficile de croire que 2010 a déjà tiré à sa fin. En rétrospective, l'année écoulée a été à la fois stimulante et enrichissante pour l'industrie et son conseil sectoriel.

Alors que nous amorçons l'année 2011, plusieurs activités intéressantes sont à l'horizon. D'abord, le rapport d'évaluation des besoins de formation tant attendu, **Comblant les écarts**, sera publié plus tard ce mois-ci. Ce rapport crucial vise à déterminer si les employeurs et les formateurs enseignent les compétences fondamentales, essentielles et opérationnelles contenues dans les normes de compétences et, sinon, quelles compétences sont requises par les employés. Un modèle de prestation de formation pour l'industrie a également été élaboré afin d'orienter les employés tout au long de leur parcours d'apprentissage continu.

Ensuite, 2011 marque la transition officielle du CSIC qui passera d'une organisation axée essentiellement sur la recherche à une organisation chargée aussi de la prestation de ressources, de produits et d'outils, grâce à notre Trousse de mise en œuvre des normes de compétences et

notre Boîte à outils des RH qui seront lancées au cours de la première moitié de l'année. Pour continuer sur la lancée du projet, Compétences pour l'avenir, des normes de compétences et des profils de professions pour les gestionnaires de la production seront également lancés plus tard en 2011.

Enfin, le CSIC fêtera son cinquième anniversaire en avril. Nos nombreuses réalisations—et nos futurs projets—seront mis en vedette dans le cadre du Forum de l'industrie qui aura lieu le 3 juin 2011 à Toronto. Nous en sommes à préparer un programme de séances intéressantes et interactives pour le Forum et ce sera un événement que les intervenants de la région du Grand Toronto et d'ailleurs ne voudront sûrement pas manquer.

Il ne s'agit là que de quelques-uns des projets que le CSIC entend mener à bien dans la nouvelle année et nous attendons avec impatience de collaborer avec vous—les membres de l'industrie—en 2011 pour réaliser les objectifs de l'industrie et du conseil sectoriel.



Duncan Brown

Coprésident du conseil, CSIC
Directeur national, Secteur graphique,
Syndicat canadien des communications,
de l'énergie et du papier (SCEP)



Jeff Ekstein

Coprésident du conseil, CSIC
Président-directeur général
Willow Printing Group Ltd.

Profil des nouveaux membres du conseil

Le CSIC a le plaisir d'annoncer la nomination de trois nouveaux membres du conseil après la réunion du conseil tenue en octobre à Toronto. Le CSIC est heureux d'accueillir Normand Richard, Tony Karg et André Houde à son équipe de chefs de file dévoués de l'industrie de l'imprimerie et des communications graphiques.



M. Normand Richard se joint au conseil d'administration du CSIC à titre d'administrateur représentant les employeurs. M. Richard est vice-président des ressources humaines du secteur de l'impression chez Transcontinental à Vaughan (Ontario). Avant de se joindre à Transcontinental en 2002, il était directeur des ressources humaines et du développement organisationnel chez Domtar. Il détient un baccalauréat en psychologie, en administration des affaires et en ressources humaines et une maîtrise en gestion de projet.



M. André Houde se joint au conseil d'administration du CSIC à titre de membre d'office représentant le conseil sectoriel provincial. M. Houde est directeur du développement des affaires chez Marquis Imprimeur à Montréal (Québec). Il est également membre du Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec (CSMO) depuis 2003 et a reçu le Prix d'excellence du CSMO en 2010.



M. Tony Karg se joint au conseil d'administration du CSIC à titre de membre d'office représentant le secteur des fournisseurs de l'industrie. M. Karg a assumé le poste de directeur principal du développement de la clientèle et de la commercialisation, secteur graphique chez Fujifilm Canada à Mississauga (Ontario) en 2004; auparavant il a été gestionnaire de la commercialisation de produits chez Fuji Graphic Systems Canada Inc. Il a 22 années d'expérience dans l'industrie, ayant travaillé dans le secteur de l'impression à feuilles avant de se joindre à Fujifilm.

L'expérience de ces nouveaux membres vient compléter la gamme de compétences et de spécialisation diversifiées de notre conseil, permettant ainsi d'assurer que le CSIC dispose des meilleures ressources qui soient alors que nous poursuivons la mise en œuvre de notre nouveau plan stratégique. Nous remercions sincèrement les membres du conseil sortants : **Michel Cliche**, **Brian Ellis** et **Nicole Desloges**.

SOYEZ BRANCHÉS SOCIALEMENT grâce aux médias sociaux

Les médias sociaux—Twitter, LinkedIn, Facebook et d'autres sites de réseautage social—sont bien plus qu'une simple mode : ces sites Web favorisent la création de liens en temps réel, offrant ainsi de nouvelles occasions d'établir des relations personnelles et professionnelles.

Avant de plonger dans le monde des médias sociaux, il importe d'abord d'établir votre stratégie. Tout au moins, déterminez quels sont vos objectifs (Établir des liens avec des clients actuels? En trouver de nouveaux? Promouvoir des produits /services?) et consacrez un minimum de temps chaque jour ou chaque semaine pour participer aux plateformes des médias sociaux. Les médias sociaux sont bidirectionnels; ainsi, il ne suffit pas de diffuser votre message—vous devez cibler, parler, répondre et participer.

Si vous n'avez pas encore fait le saut dans les médias sociaux, voici quelques conseils pour vous familiariser.



Commencer par le commencement.

Tout comme on ne monte pas une presse en une journée, il faut du temps pour créer un empire de média social.

Il est donc sage de s'initier en adoptant un média à la fois. LinkedIn est un bon choix de départ parce qu'il permet de jumeler vos réalisations professionnelles aux offres de services ou de produits de votre entreprise, et vous donne aussi l'occasion de bâtir un réseau de contacts fiables. LinkedIn suit le principe de « six degrés de séparation », vous permettant

de trouver de nouveaux contacts et de découvrir le chemin menant à ces contacts en vous basant sur les liens que vous avez déjà établis. Créez votre page d'affaires pour faire la promotion de vos produits et services, et suivez d'autres organisations qui vous intéressent.



Maintenir et élargir vos réseaux.

Une fois que vous avez monté votre profil LinkedIn, établi des liens, créé votre page d'affaires et que vous surveillez votre compte au moins une fois par semaine, explorez la possibilité d'élargir votre réseau social.

Envisagez de suivre les conversations sur Twitter, le site de réseautage social qui permet aux utilisateurs d'envoyer et de recevoir des messages appelés des tweets. Ces messages sont des textes ultra courts de 140 caractères au maximum qui sont affichés sur la page de profil de l'auteur (comme la ligne de référence de Facebook). Les utilisateurs choisissent de suivre et de lire des messages affichés selon les relations existantes, les intérêts communs et les sujets abordés. Les comptes Twitter peuvent servir à des fins personnelles ou professionnelles et être créés au nom d'un individu ou d'une entreprise/organisation.

Il est important d'assurer un suivi régulier des messages et de participer souvent avec les tweeps (les personnes sur Twitter). Il y a plusieurs applications mobiles qui permettent l'envoi et la réception de messages en utilisant votre téléphone intelligent ou encore, réservez-vous 10 minutes par jour pour participer à

l'univers de Twitter. Trouvez des personnes que vous voulez suivre et tenez compte de vos réalisations.

Explorer davantage.

Continuez de trouver de nouveaux contacts sur LinkedIn et de nouvelles personnes à suivre sur Twitter. Lorsque vous êtes prêt à élargir votre stratégie de média social, considérez ce qui vous convient davantage et convient le plus à votre organisation. Certains médias sociaux peuvent ne pas convenir à vos besoins et vous devez donc choisir ceux que vous pouvez maintenir avec succès.

Bien que Facebook soit une vaste entité, il s'avère plus difficile d'établir des liens avec des clients sur Facebook et le contenu tend à être à caractère plus personnel. Cela étant dit, il se peut que Facebook vous convienne.

Si vous en avez long à dire ou que vous avez une expertise dans un domaine particulier, vous pouvez envisager de créer un blogue. N'oubliez pas que vous aurez à afficher de nouvelles entrées régulièrement pour susciter sans cesse l'intérêt de vos lecteurs.

Explorez aussi YouTube pour voir si ce site vidéo convient à votre organisation. Considérez afficher des textes sur Digg. Participez à l'aventure de Foursquare. Les possibilités sont infinies!

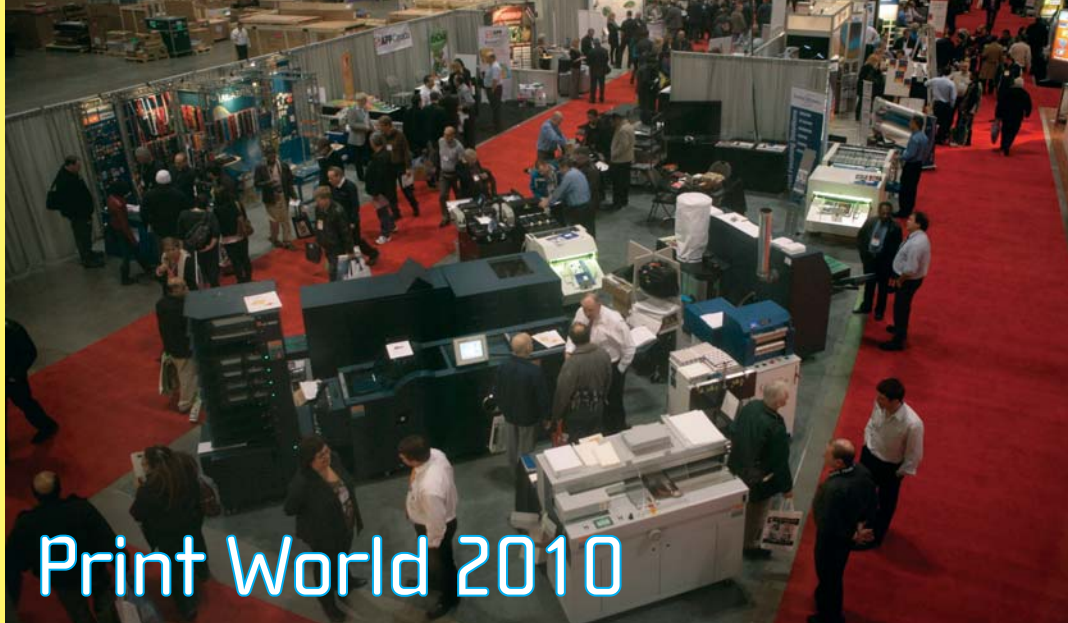
Et n'oubliez pas d'inscrire le 3 juin 2011 à votre agenda, car le Forum du CSIC présentera un séminaire intéressant sur les médias sociaux.

Plains feux sur l'innovation : Les URL personnalisées ou « PURL »

L'impression de données variables constitue une source de revenus de plus en plus importante pour les entreprises d'imprimerie et de communications graphiques. Les PURL, c.-à-d. les URL personnalisées, gagnent de plus en plus en popularité dans le marketing direct et commencent à faire leur apparition dans plusieurs ateliers d'imprimerie et campagnes multicanaux au Canada. Les PURL vont un peu plus loin que les codes QR, en intégrant les données uniques d'individus à des mini-sites Web personnalisés pour faciliter l'engagement direct et personnalisé avec les spécialistes du marketing. Les clients actuels et éventuels qui accèdent à leur lien PURL peuvent voir un contenu qui correspond exactement à leurs besoins selon le profil comportemental antérieur, les étapes de vie, la segmentation, les données démographiques et toute autre donnée qu'une entreprise peut avoir dans sa base de données.

Les PURL peuvent demander aux répondants de participer à un concours, de répondre à une enquête, de s'inscrire à une activité, de mettre à jour leurs données, de produire le nom de clients potentiels, de prendre part à une collecte de fonds... les possibilités sont innombrables! Utilisées de manière optimale, les PURL aident les spécialistes du marketing à recueillir des données de ciblage axé sur le comportement à la fois en ligne et par courriel. Plus ces spécialistes en savent au sujet des clients, plus ils sont en mesure de communiquer des messages qui incitent les clients à agir. Ainsi, les PURL créent une boucle de rétroaction qui profite tant aux spécialistes du marketing qu'aux clients.

Il existe plusieurs entreprises en ligne qui gèrent, de façon sécuritaire, les PURL et leurs mini-sites complémentaires, mais comme pour toutes les activités de communication commerciale, il importe de planifier à l'avance avant de s'y plonger de plain-pied. Avant d'intégrer les PURL à votre prochaine campagne—ou d'orienter un client à vers une URL personnalisée—assurez-vous que la base de données fonctionne correctement, que vos objectifs sont bien définis et que l'appel à l'action est pertinent. Utilisez une approche multicanal pour accroître votre rayonnement et n'oubliez pas de surveiller vos succès et vos possibilités afin de continuer d'améliorer vos messages.



« Aimez-vous l'impression canadienne? » Voilà la question que le CSIC a posée aux participants du salon Print World qui se sont présentés à son kiosque en novembre. La réponse, bien entendu, a été un « oui » retentissant! Le CSIC a remis aux propriétaires d'entreprise, employés, étudiants et éducateurs enthousiastes et passionnés des macarons « I ♥ CDN Print », lesquels sont rapidement devenus des « indispensables » du salon. Des friandises en forme de blocs de construction—un autre succès—ont renforcé l'approche axée sur les pierres d'assise adoptée par le Conseil sectoriel.

Le CSIC a également demandé aux visiteurs de participer à un projet vidéo. Près de vingt personnes courageuses ont répondu à nos questions, entre autres, pourquoi aimez-vous l'industrie, quelle est la première chose imprimée que vous avez vue ce matin ou comment avez-vous fait votre entrée dans l'industrie. Le CSIC souhaite créer un mélange vidéo des participants pour sensibiliser davantage les gens à l'importance de l'impression et à la vigueur de l'industrie.

Bien que les macarons, la vidéo et les friandises aient servi d'amorces de conversation, le vrai succès du salon a été les nouveaux liens que le CSIC a tissés, et les liens existants qu'il a solidifiés. Même si bon nombre de visiteurs étaient au courant du CSIC et de ses ressources, un nombre égal d'entre eux ont été agréablement surpris de découvrir notre organisation. Les normes de compétences et les profils de métiers, y compris le nouveau matériel sur le secteur du soutien de la production, ont piqué la curiosité de nos nouveaux amis, tandis que nos rapports de premier plan, soit l'Étude des RH et la Carte routière des technologies et des compétences, ont continué de faire la lumière sur la situation actuelle de notre industrie et de la direction qu'elle suit.

À tous ceux qui sont venus nous voir, merci de votre visite! Et si vous voulez obtenir votre macaron « I ♥ CDN Print », écrivez-nous à info@cpisc-csic.ca.



Les imprimés sont omniprésents, mais nous n'avons pas à souligner ce fait aux lecteurs de notre bulletin—vous qui êtes le lien qui unit notre industrie. Mais peut-être que vous n'êtes pas au courant des campagnes de marketing en cours actuellement qui visent à promouvoir l'utilisation des imprimés et/ou du papier à l'échelle de la planète.

TwoSides.info | Ce site fait la promotion de la production et de l'utilisation responsables des imprimés et du papier et dissipe les mythes courants liés à l'environnement en affichant des renseignements vérifiables qui expliquent pourquoi les imprimés et le papier sont un moyen de communication attrayant, pratique et durable.

PrintGrowsTrees.com | Une campagne de sensibilisation qui présente des faits pour démontrer que l'impression sur papier contribue en fait à faire pousser des arbres et permet d'éviter que nos forêts soient vendues à des fins de développement.

PaperBecause.com | Ce site souligne le rôle clé que joue le papier dans nos vies quotidiennes et les raisons pour lesquelles il s'agit d'un choix écologique.

DoYouKnowTheFacts.com | Une campagne d'information visant à sensibiliser les gens aux avantages environnementaux et commerciaux de l'impression sur papier.

