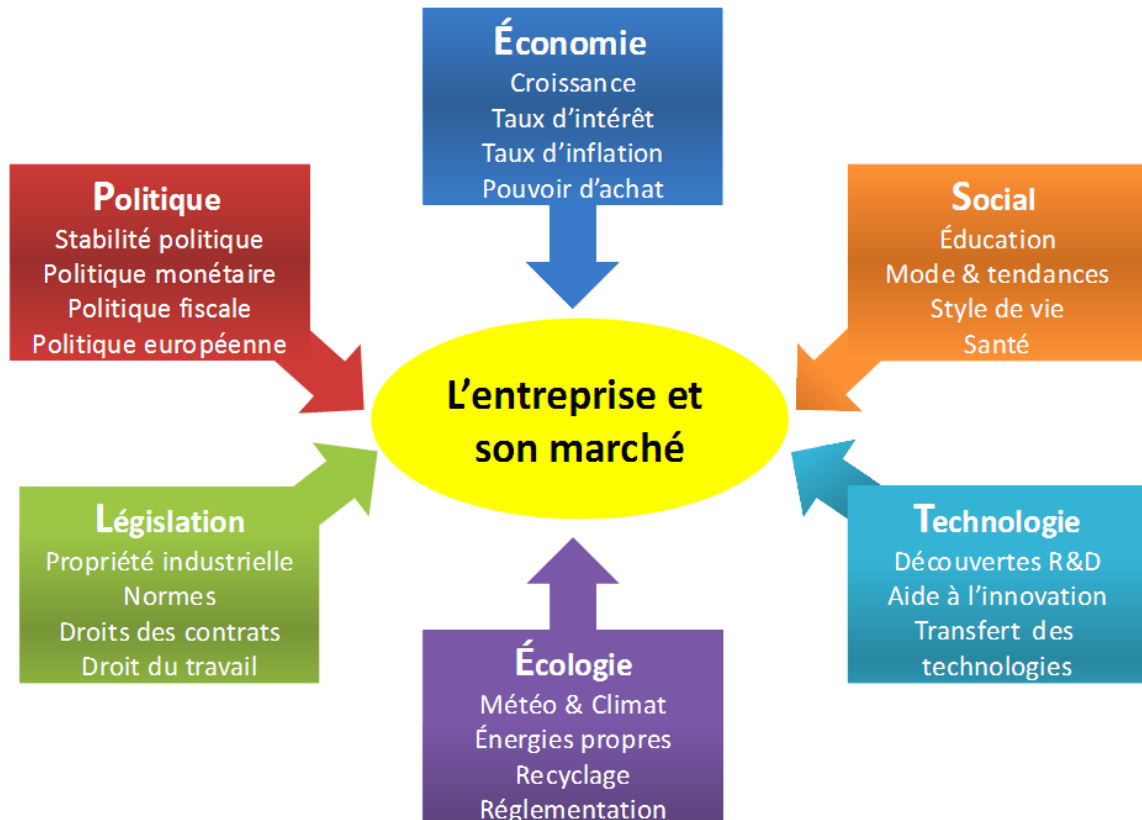


Analyse PESTEL

En marketing et en stratégie et gestion d'entreprise, l'**analyse PESTEL** sert à étudier l'**influence des facteurs environnementaux** sur la vie de l'entreprise.

C'est une vision de l'entreprise dans son **milieu**, selon six critères différents.

La première lettre de chacun d'eux constitue l'acronyme « **PESTEL** ».



Définition :

L'analyse PESTEL est une méthode d'analyse des influences de l'environnement sur une entreprise ou une organisation selon **six critères majeurs** :

1. **L'environnement politique** : analyse du contexte politique, de la stabilité des gouvernements et des politiques, des tendances fiscales...
2. **L'environnement économique** : analyse du cycle économique, de la croissance économique, du pouvoir d'achat, des taux d'intérêt, de la politique monétaire, du taux d'inflation, de l'évolution du chômage...
3. **L'environnement socio-culturel** : analyse de la démographie et de ses évolutions, observation de la composition socio-culturelle de la population, de ses comportements et modes de consommation (éducation, travail, loisirs...)
4. **L'environnement technologique** : analyse de la politique publique de R&D, des tendances en matière d'innovation, étude des dépenses privées de R&D...

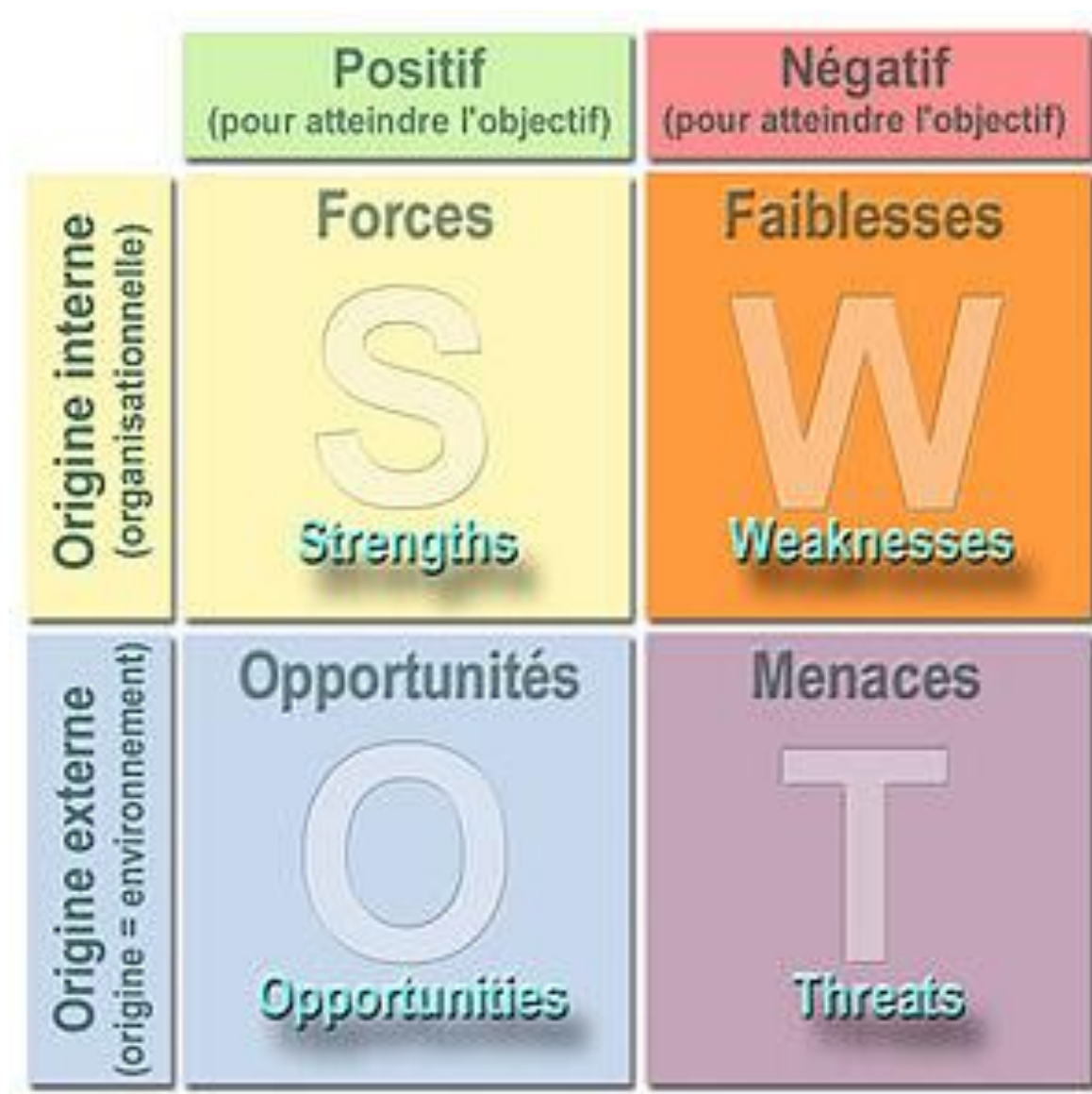
5. **Les facteurs environnementaux ou écologiques** : analyse des réglementations et des tendances relatives à l'écologie et à la maîtrise de l'énergie
6. **Environnement légal** : analyse des lois, droit du travail, réglementations, normes de sécurité...

On parle d'**analyse macro-environnementale** : la méthode PESTEL s'intéresse en effet à l'environnement « large » de l'entreprise.

La méthode PESTEL consiste à pointer pour chaque critère :

- Les opportunités,
- Les menaces ou risques.

De cette manière, l'analyse **PESTEL** peut être vue comme un élément constitutif du **SWOT**, comme le montre le schéma ci-dessous :



Analyse PESTEL : Les hypermarchés Carrefour en France :

	OPPORTUNITES	MENACES
Environnement politique	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Encouragements à l'investissement 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pressions politiques pour freiner le développement des hypermarchés
Environnement économique	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reprise économique et reprise de la consommation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Augmentation du prix des matières premières ▪ Augmentation du coût du foncier
Environnement socio-culturel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Développement de la demande pour des produits locaux / bios / équitables / éco-responsables ▪ Développement du <i>drive</i> ▪ Croissance démographique ▪ Extension des villes 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Préférence de plus en plus marquée pour la consommation de proximité au détriment des hypermarchés
Environnement technologique	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Développement d'applications visant à aider les choix consommateurs ▪ Technologie naissante des caisses automatiques ▪ Digitalisation du secteur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Concurrence des technologies web
Facteurs environnementaux et écologiques		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Multiplication des normes environnementales ▪ Les hypermarchés sont accusés d'être source de pollution
Environnement légal	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Simplification du droit du travail en cours 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Multiplication des normes relatives à l'hygiène et à la sécurité (dont sécurité alimentaire)

D'après la source creerentreprise.fr