



RICOH

COMMUNIQUE DE PRESSE

Rungis, Février 2010

RICOH lance une arme de séduction massive !

RICOH, N°1 des constructeurs de systèmes d'impression, a décidé d'ajouter la Mini One D à sa flotte automobile destinée à sa force de vente et notamment aux nouveaux commerciaux. Initié par la Direction des Ressources Humaines Groupe RICOH, ce projet a non seulement pour but de valoriser les nouvelles recrues commerciales, mais s'inscrit également dans la politique de préservation de l'environnement de l'entreprise.

Après avoir lancé un prototype de Mini aux couleurs de la stratégie développement durable de RICOH, les Ressources Humaines RICOH ont décidé de **se doter d'une ressource élégante pour valoriser les nouvelles recrues commerciales en les équipant d'une MINI One D aux couleurs de l'entreprise**. Celles-ci remplaceront en partie les actuelles Clio 2 places, qui jusque là étaient réservées à cette population. Etant inscrite au catalogue, la Mini sera bien entendu disponible pour toute personne qui possède un véhicule d'entreprise et dont le contrat arriverait à échéance.

Au regard des objectifs de l'entreprise et du fort intérêt porté à un type de véhicule, RICOH prévoit de louer entre 70 et 100 Mini sur 3 ans et entend ainsi se doter d'un atout compétitif répondant à l'image d'une population jeune et dynamique. Pour Pascal Mailliart, DRH Groupe RICOH France, *« Doter la force commerciale d'un véhicule personnalisé et aux couleurs institutionnelles a pour effet de favoriser le sentiment d'appartenance à son entreprise et contribue à la fidélisation de nos commerciaux. Compte tenu de la moyenne d'âge de notre force de vente, nous sommes heureux d'associer l'image de la Mini au dynamisme de nos collaborateurs. Surtout, c'est une association d'image qui contribuera à accroître la motivation et la performance, tout en assurant les objectifs RICOH en matière de développement durable. En effet, nous avons pour but de maîtriser et réduire notre impact carbone, les performances de la Mini y contribueront fortement ».*

Une cohérence avec la stratégie d'entreprise

RICOH vient juste d'être nommée pour la 6ème année consécutive au classement « Global 100 » qui nomme les 100 entreprises les plus engagées dans le développement durable. Avec son parc de 2100 véhicules et une moyenne de 137g des émissions de CO2, RICOH France est l'une des filiales les plus écologiques du groupe en Europe. L'entreprise s'engage de plus à abaisser chaque année de 1% la proportion de CO2 rejetée par sa flotte de véhicules. Avec son taux de rejet de CO2, la Mini permet à RICOH de respecter sa politique développement durable.

A propos de Ricoh France

Depuis 2000, Ricoh a su évoluer avec le marché et les technologies. Ainsi, au métier de fournisseur de matériel bureautique, Ricoh France a associé la maîtrise des « solutions d'impression » puis des «

solutions documentaires » afin de pouvoir assurer la gestion globale du flux documentaire de ses clients, en s'appuyant sur la performance de ses choix technologiques, la pertinence de ses offres de services et la qualité de ses équipes.

Effectif : 2500 personnes

CA 2008 au 31 Mars 2009 : 712,9 millions€

N°1 des constructeurs de systèmes d'impression avec 27.2% de parts de marché (1er semestre 2009 - Source Infosource - constructeur Marché Office MFP N&B et B to C).

Pour davantage d'information, rendez-vous sur notre site : www.rioh.fr

Contact Presse Ricoh France

Sophie Mc Donagh – 01 56 72 29 49 – sophie.mcdonagh@rioh.fr