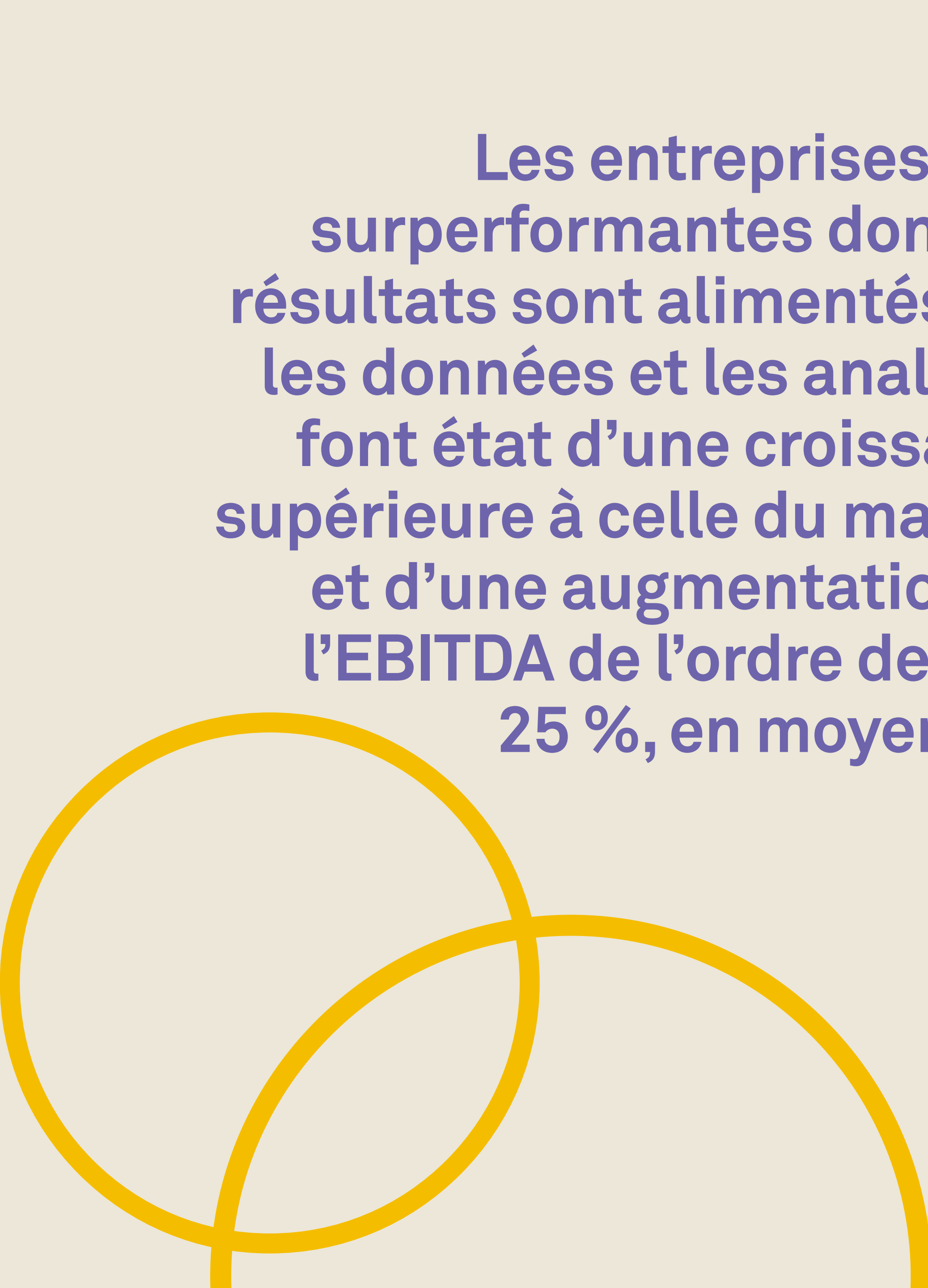


Sustain the future™

Comment la libération du pouvoir de votre
information peut changer le monde



RICOH
imagine. change.



**Les entreprises B2B
surperformantes dont les
résultats sont alimentés par
les données et les analyses
font état d'une croissance
supérieure à celle du marché
et d'une augmentation de
l'EBITDA de l'ordre de 15 à
25 %, en moyenne.¹**

Durabilité...

Le sujet est omniprésent dans le monde entier, et ce, pour de bonnes raisons. Les données climatiques irréfutables, l'évolution de la conscientisation des consommateurs, la mondialisation accrue et les changements de paradigmes de ces dernières années l'ont rendu incontournable. Mais, si le développement durable est dans l'air du temps, ses interprétations et ses mises en œuvre sont très diverses, en particulier lorsqu'il s'agit de pratiques commerciales durables.

Les objectifs de développement durable constituent, à divers degrés, un enjeu pour les entreprises depuis que le concept a vu le jour dans les années 1980. Pour certaines, comme les sociétés B, le développement durable était un point d'appui, tandis que pour d'autres, il s'agissait simplement d'un message marketing d'« écoblanchiment ». C'est alors qu'est survenu le point tournant de l'année 2020.

Une pandémie. Une fermeture à l'échelle mondiale. Une chaîne d'approvisionnement paralysée. L'aggravation des événements écologiques. Les disparités économiques ne cessant d'augmenter. Pour les entreprises, la capacité de changer, de s'adapter, de ralentir, de se rediriger et de se maintenir à flot est devenue le facteur déterminant du succès continu, non seulement pour ce qui est du compte de profits et pertes, mais à tous les niveaux de l'organisation. De la rétention de la clientèle au travail hybride en passant par le maintien de la rentabilité des activités, les entreprises de toutes formes et tailles ont été testées sur le plan de leur durabilité. La conjoncture difficile a exposé les risques et les vulnérabilités et renforcé le besoin de solutions de données dynamiques, qui peuvent souvent faire la différence entre l'échec et le succès.

¹McKinsey & Company, Insights to impact: Creating and sustaining data-driven commercial growth, January 18, 2022



Les trois P: Prosperité | Personnes | Planète

Les solutions de données ont aidé les organisations à protéger leur résultat net au cours des dernières années. Mais qu'en est-il du triple résultat net? De nos jours, les organisations doivent être proactives pour soutenir non seulement leurs profits, mais aussi leurs employés et la planète.

L'approche de Ricoh en matière de durabilité

Nous nous efforçons de maintenir ce que nous appelons l'« équilibre des trois P » en mettant l'accent sur sept questions importantes harmonisées aux ODD des NU.

- Créativité issue du travail
- Amélioration de la qualité de vie
- Société sans carbone
- Économie circulaire
- Engagement des parties prenantes
- Innovation ouverte
- Diversité et inclusion

Comme toute autre facette d'une entreprise saine, les efforts de durabilité ne peuvent pas réussir sans références claires. Savoir où en sont les choses aujourd'hui est un élément essentiel de la planification de l'avenir. Pour progresser dans n'importe quel domaine du développement commercial durable, les entreprises doivent débloquent les données sur les tendances dans quatre catégories importantes:

1. CLIENTS

Qu'est-ce que leurs résultats sur la satisfaction de la clientèle leur indiquent? Connaissent-ils les coûts liés aux occasions d'un client perdu? Connaissent-ils la valeur à vie d'un client fidèle?

2. EMPLOYÉS

Comment la productivité est-elle mesurée? À quoi ressemble l'engagement des employés? Quel est le taux de roulement actuel?

3. ACTIVITÉS

Les activités sont-elles optimisées? Existe-t-il des plans de continuité des activités pour les changements imprévus du marché? Les données de l'entreprise sont-elles sûres et sécurisées?

4. ENVIRONNEMENT

Est-ce qu'ils font le suivi de la consommation de ressources naturelles? Connaissent-ils leur empreinte carbone? Comment tiennent-ils compte de leur impact environnemental?



Comme on l'entend dans les couloirs des grandes entreprises technologiques et dans les récentes réunions d'actionnaires, l'avenir est imprévisible. Pour rester pertinent, agile et rentable dans cette nouvelle normalité, les données autonomes ne sont pas suffisantes. Les organisations astucieuses comprennent que, pour prendre des décisions et obtenir des informations, les données doivent être déverrouillées, contextualisées et connectées. Et cela commence par examiner tous les programmes, les efforts ponctuels et l'information qui existent actuellement, en tandem avec les efforts de formulation d'une stratégie à long terme.

Pour planifier l'avenir, il peut être utile de consulter le passé. Voyons rapidement comment la durabilité a évolué, d'un concept écologique à une directive commerciale générale.

Comment nous en sommes arrivés ici : un bref historique de la durabilité

Dans les années 1960, grâce en partie au livre Printemps silencieux, de Rachael Carson, la conscience environnementale a commencé à émerger, surtout en ce qui concerne le développement économique. Rachael Carson a examiné les effets néfastes multidimensionnels des pesticides sur l'être humain et l'environnement et a remis en question les attitudes prédominantes de l'époque. Elle a posé la question suivante : Pouvons-nous nous maîtriser et maîtriser nos appétits pour vivre comme si nous étions une partie égale des systèmes de la terre et non comme si nous en étions les maîtres? Le jury ne s'est pas encore prononcé.

La mauvaise nouvelle

Selon Environmental Sustainability, nous sommes en voie de produire 27 milliards de tonnes de déchets solides d'ici 2050, en raison d'un environnement commercial qui privilégie la production et la rotation rapides des produits pour maximiser les profits. Les émissions de CO2 non contrôlées devraient contribuer à une augmentation de la température de deux degrés Celsius d'ici 2050, ce qui entraînera une élévation du niveau des mers et une multiplication des phénomènes météorologiques catastrophiques.

La bonne nouvelle

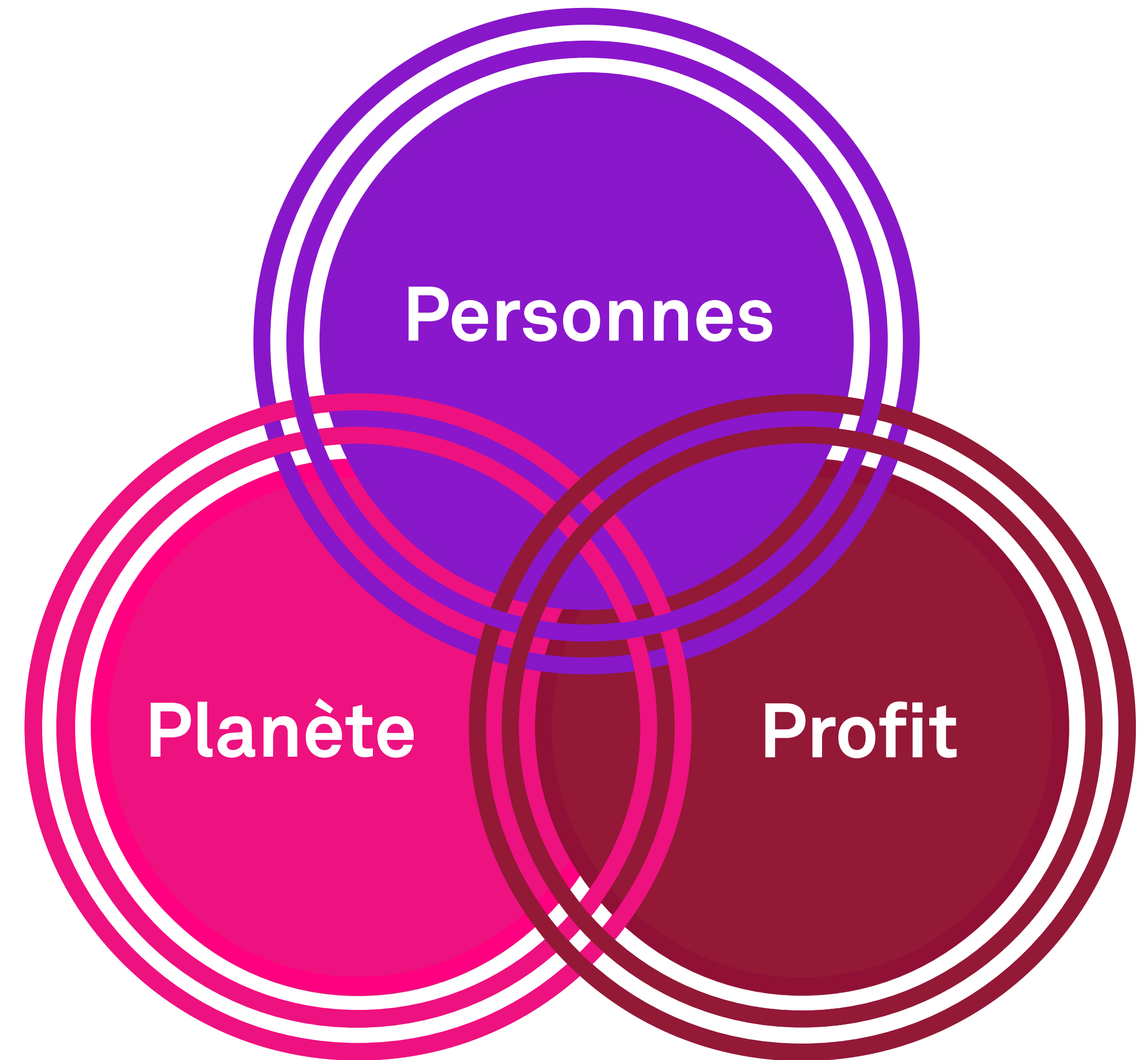
Selon l'Accord de Paris sur le climat, les entreprises peuvent avoir un impact majeur et compter pour 60 % des réductions d'émissions d'ici 2030.



Résultat net triple cadre établi

Si quelques entreprises ayant une direction progressiste ont commencé à prendre en compte la durabilité dans leurs plans d'entreprise à la fin des années 1960 et dans les années 1970, ce n'est que 25 ans plus tard que le développement durable a été introduit en tant que concept normatif. Le livre *Our Common Future* (notre avenir collectif ou le « Rapport Brundtland »), publié en 1987, définit la durabilité comme « un développement qui répond aux besoins de la génération actuelle sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins ». C'est dans le sillage de ce concept qu'est apparu, en 1994, le concept de « triple résultat net » (TRN). Le triple résultat net est constitué de facteurs d'équité sociale, économiques et environnementaux. L'expression « personnes, planète et profit » pour décrire le triple résultat net et l'objectif de durabilité a été inventée par John Elkington, une sommité mondiale en matière de responsabilité des entreprises et de capitalisme durable.

Le concept du TRN s'est étendu au fil des ans pour inclure des cadres commerciaux comme la RSE (responsabilité sociale de l'entreprise), l'ESG (environnemental, social et gouvernance) et une gamme de concepts de plus en plus spécialisés comme les profits et pertes environnementaux, l'investissement d'impact, la productivité carbone et le concept d'économies circulaires. Et il y en a d'autres. De plus, les municipalités, les états et les pays du monde entier ont élaboré leurs propres plans de développement durable, le tout avec différentes idéologies, méthodologies, ICR et objectifs. À mesure que le mouvement s'amplifiait, il est devenu évident que, pour produire un changement au niveau planétaire, il faudrait une réponse mondiale.





Les Nations Unies définissent les objectifs mondiaux de développement durable

Le besoin de normes mondialisées a été satisfait en 2015 lorsque les Nations Unies ont créé le Programme de développement durable à l'horizon 2030. Dans le cadre de cette charte internationale, l'ONU a officialisé un ensemble de 17 objectifs mondiaux interreliés, conçus pour constituer un « un projet commun pour la paix et la prospérité des peuples et de la planète, aujourd'hui et demain ».

Ça concerne aussi les entreprises.

Il est prouvé que l'investissement dans les ODD est rentable, les estimations soulignant que la réalisation des ODD pourrait ouvrir 12 000 milliards de dollars de débouchés commerciaux et créer 380 millions d'emplois et que l'action contre le changement climatique entraînerait des économies d'environ 26 000 milliards de dollars d'ici 2030.²



²Business and Sustainable Development Commission, 2017; Better Business Better World; Report of the Global Commission on the Economy and Climate, 2018

4 piliers : l'avenir de la durabilité

- 1 Durabilité des clients
- 2 Durabilité des employés
- 3 Durabilité des activités
- 4 Durabilité environnementale

L'investissement axé sur les facteurs ESG a connu une hausse fulgurante.

L'investissement durable mondial dépasse maintenant les 30 billions de dollars, soit une hausse de 68 % depuis 2014 et dix fois plus qu'en 2004.

Cette accélération est due à l'attention accrue portée par la société, les gouvernements et les consommateurs à l'impact plus large des entreprises, ainsi qu'aux investisseurs et aux dirigeants qui réalisent qu'une proposition ESG convaincante peut favoriser la réussite à long terme d'une entreprise.³

Le développement commercial durable est la voie à suivre. Pour être compétitives, les entreprises devront s'appuyer sur des systèmes et des solutions de données robustes pour détecter les débouchés, affronter les turbulences, s'adapter aux nouvelles technologies et créer une valeur durable dans quatre domaines clés.

³McKinsley Quarterly, November 2019

Pilier n° 1 : Cultiver les relations avec la clientèle.

Avec l'essor du commerce électronique et la croissance exponentielle des marques numériques natives, le paysage concurrentiel est plus féroce que jamais. Le monde d'aujourd'hui est inondé de choix, et le maintien de relations durables avec les clients est un défi permanent. Dans la lutte pour gagner le cœur et l'esprit des clients, la durabilité est devenue un élément majeur de différenciation des marques. Les clients, en particulier les plus jeunes, sont plus avisés et attendent des entreprises et des marques avec lesquelles ils font affaire qu'elles fassent écho à leurs valeurs et qu'elles soient en phase avec le moment présent de la planète.

FAITS RAPIDES⁴



Près de 70 % des consommateurs pensent que c'est important que les marques soient durables



Les recherches en ligne pour des biens durables ont augmenté de 71 % depuis 2017.



66 % des consommateurs (75 % des Milléniaux) tiennent compte de la durabilité lorsqu'ils font un achat.



69 % des consommateurs paieront 35 % de plus en moyenne pour des articles écologiques.

⁴Forbes, The CX Power of Earth-Friendly Companies, April 2022



Comment l'accès à l'information permet-il de cultiver les relations avec les clients?

L'importance des données pour les relations avec les clients ne peut être surestimée. Et, ce qui est peut-être encore plus important, la connectivité de ces données ne peut pas être surestimée. De la génération de pistes de vente au marketing ciblé, des expériences personnalisées aux initiatives de fidélisation de la marque, le marketing efficace et rentable auprès des clients dépend des corrélations entre les données. Le retour sur investissement publicitaire, les taux d'ouverture des courriels, les conversions, les personnages de clients et les historiques d'acheteurs, les tests A/B et bien d'autres choses encore reposent sur des données claires, précises et connectées.

L'expérience client, ou CX, est également directement affectée par la qualité de vos données. Les clients modernes attendent des expériences en ligne transparentes, des commodités telles que le « BOPIS » (achat en ligne, cueillette en magasin) et la livraison gratuite, ainsi que des avantages sur le plan de la fidélité, tout cela nécessite des solutions systématiques en matière de données. Près de 80 % des consommateurs américains affirment que la rapidité, la commodité, l'aide bien informée et le service amical sont les éléments les plus importants d'une expérience client positive.⁵

La prestation d'une CX de qualité exceptionnelle permettra de fidéliser vos clients et donc de générer des revenus, et il est temps de revoir les stratégies de relation client. La capacité d'identifier, de cibler, de conquérir et de fidéliser les clients est aujourd'hui le Saint-Graal de toute organisation... et la clé du succès consiste à savoir qui sont vos clients, comment ils veulent interagir avec vous et ce qu'ils pourraient rechercher ensuite. Cela n'est possible que si vos données clients sont unifiées, sécurisées et accessibles en temps voulu à tous ceux qui en ont besoin au sein de votre organisation.



Élaborer des solutions durables

L'une des offres les plus récentes de Ricoh est née d'un besoin clair du marché : les organisations de taille moyenne des secteurs de la santé, des services financiers, de la vente au détail et de l'enseignement supérieur recherchent aujourd'hui des moyens d'exécuter efficacement les campagnes de marketing et d'améliorer les communications avec les clients dans notre monde omnicanal. Grâce à son partenariat avec Ricoh, un organisme de santé a déjà économisé près d'un million de dollars en dépenses de campagnes abusives, ce qui a eu un impact important sur la durabilité des clients et sur les résultats financiers de l'entreprise.

Pilier n° 2 : Soutenir vos employés.

Une main-d'œuvre positive, productive et motivée est l'un des plus grands leviers de croissance pour toute organisation. Mais il peut être difficile d'en constituer une, même sans les limites et le territoire inexploré des nouvelles méthodes de travail. Qu'il s'agisse de travail en présentiel, hybride, à distance ou sans frontières, fournir aux employés les renseignements dont ils ont besoin, quand ils en ont besoin, est essentiel pour le fonctionnement de l'entreprise et la satisfaction des employés.

Dès le départ, les coûts de recrutement, d'embauche et de formation des nouveaux employés sont élevés. Selon des données comparatives récentes, le coût moyen par embauche s'élevait à près de 4 700 dollars, ce qui est largement sous-estimé selon certains experts. Ainsi, lorsque le taux de rotation du personnel est également élevé, les organisations sont perdantes sur plusieurs fronts. Mais la durabilité des employés n'est pas seulement une question de rétention. Il s'agit de créer une culture de la durabilité avec un engagement envers une mission commune qui s'étend au-delà de l'organisation elle-même.

FAITS RAPIDES



68 % des employés sont plus disposés à accepter des postes dans des entreprises durables sur le plan environnemental.⁷



90 % des cadres pensent que la durabilité est importante, mais seulement 60 % ont une stratégie de durabilité.⁸



Près de 90 % des employés déclarent être très satisfaits lorsqu'ils participent au travail de durabilité de leur entreprise.⁹



Près de 40 % des Milléniaux se sont joints à une entreprise en raison des politiques de durabilité, même pour moins de salaire.¹⁰

⁶Society for Human Resource Management (SHRM), The Real Costs of Recruitment, April 2022

⁷IBM, Institute for Business Value (IBV) study, April 2022

⁸Forbes, Why Corporate Strategies Should be Focused on Sustainability, February 2022

⁹National Environmental Education Foundation (NEEF), Winning in the Marketplace and the Workplace, November 2017

¹⁰Forbes, Why Corporate Strategies Should be Focused on Sustainability, February 2022



Comment l'accès à l'information permet-il de cultiver les relations avec les employés?

Ces dernières années ont été un terrain d'expérimentation pour les employeurs. Des changements de paradigmes dans notre façon de travailler au phénomène de démissions en masse post-pandémique, les organisations ont été confrontées au défi de recruter et de conserver des employés de qualité. Pour les employés eux-mêmes, la pandémie a été l'occasion de repenser leurs priorités professionnelles, leurs objectifs de vie et leurs conditions de travail. Bien que la main-d'œuvre semble être en train de rebondir, bon nombre des leçons tirées de cette expérience resteront d'actualité.

La discussion ouverte de concepts autrefois écartés, tels que l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, l'épuisement professionnel et la transparence radicale sur le lieu de travail, est soudain devenue monnaie courante. Du jour au lendemain, les employés travaillaient à la table de la cuisine avec leurs enfants, et les employeurs s'efforçaient de comprendre comment pivoter et se transformer en continu. Mais pour les organisations disposant de systèmes et de solutions de données et d'une culture d'entreprise favorable et durable déjà en place, le maintien d'une main-d'œuvre engagée est devenu beaucoup plus facile. Lorsque l'information est débloquée et que les systèmes sont connectés, les employés ont les moyens de:

- accéder à l'information dont ils ont besoin pour effectuer leur travail, quand et où ils en ont besoin;
- collaborer entre les services, en éliminant les cloisonnements et en établissant des liens;
- s'engager dans la culture de l'entreprise par l'entremise des portails des employés et des intranets;
- comprendre les programmes de rémunération et les avantages sociaux;
- gérer leurs propres fonctions de perfectionnement, de formation et de libre-service des RH comme la paie et les changements de vie.

Les employés habilités sont des employés engagés. En donnant à vos équipes une mission, des propositions de valeur durables et un espace de travail numérique pour prospérer, vous mettrez votre personnel en position de force pour faire face à un avenir imprévisible.



“Les employeurs ont appris ces dernières années que la productivité n'est pas forcément affectée par un environnement de travail à distance. Les entreprises ont également réalisé que l'engagement direct des employés est crucial pour construire la culture et innover. Dans cette optique, les organisations qui disposent des meilleures stratégies de travail flexible seront en bonne position pour attirer et retenir les talents. .”

—Donna Venable, vice-présidente directrice, Ressources humaines, Ricoh

Pilier n° 3 : Maintenir vos activités.

Comme le dit le proverbe, quand on ne planifie pas, on planifie l'échec. Et si personne ne peut prédire l'avenir, tout le monde peut le planifier. La création d'initiatives d'activités commerciales durables qui minimisent l'impact de bout en bout sur l'environnement peut sembler à première vue contre-intuitive par rapport à la rentabilité. Mais si l'optimisation des activités peut être un travail de longue haleine, elle présente d'innombrables avantages en cours de route, en particulier dans l'optique du TRN.

¹¹McKinsey & Company, Buying into a more sustainable value chain, September 2021

¹²Ibid

¹³International Institute for Management Development (IMD), Why all businesses should embrace sustainability, May 2022

¹⁴Ibid

¹⁵Forbes, Why Corporate Strategies Should be Focused on Sustainability, February 2022

FAITS RAPIDES



Les entreprises les plus performantes sur le plan de l'ESG à l'échelle de l'industrie bénéficient d'une croissance de 10 % à 20 % plus rapide et des évaluations plus élevées.¹¹



De solides références en ESG réduisent le risque de transition et réduisent les coûts de 5 % à 10 %.¹²



Les entreprises les plus performantes sur le plan de l'ESG enregistrent des marges bénéficiaires 3,7 fois plus élevées que celles des entreprises ayant un rendement inférieur.¹³



Dans les meilleures entreprises sur le plan de l'ESG, les actionnaires reçoivent 2,6 fois le rendement total d'entreprises ayant un rendement plus faible en ESG.¹⁴



Une stratégie de durabilité peut avoir une incidence sur les bénéfices d'exploitation pouvant atteindre 60 %.¹⁵

Comment le déblocage de l'information soutient-il les activités?

L'avenir des activités est numérique. Et cet avenir est déjà commencé. Alors que les transformations numériques s'opèrent à un rythme accéléré depuis des décennies dans tous les secteurs et toutes les branches, ces systèmes ont été mis à l'épreuve lors de la fermeture des bureaux en 2020. L'agilité numérique, c'est-à-dire la capacité à déplacer rapidement et de manière transparente les activités en ligne, a été un facteur de réussite essentiel pour maintenir les entreprises en activité.

Les entreprises de vente au détail sont passées de la vente en magasin au commerce électronique; les hôpitaux ont supprimé les visites au cabinet pour les remplacer par des rendez-vous virtuels et l'enseignement en personne a été remplacé par l'apprentissage en ligne. Les entreprises de toutes sortes ont déplacé leurs activités en ligne et ont eu besoin de plus de stockage de données, de nouveaux programmes et d'équipements modifiés. Parallèlement, d'importants développements des fonctions administratives ont eu lieu pour rendre les données opérationnelles de toutes sortes omniprésentes, mais sécurisées, afin d'assurer la continuité des activités. Il était essentiel de ramener les systèmes en ligne le plus rapidement possible pour assurer la continuité des activités, et les organisations dotées d'une robuste infrastructure de données ont perdu moins de revenus et ont connu des interruptions plus courtes que celles qui n'en disposaient pas.

Alors que nous revenons à une nouvelle normalité, de nombreuses organisations commencent à comprendre comment le déblocage des données et la connexion des informations peuvent optimiser les activités et générer des avantages environnementaux et financiers. Voici quelques pistes pour commencer.



Réduire le gaspillage en intégrant des considérations de durabilité de bout en bout, comme la gestion des actifs de l'entreprise pour plus d'efficacité opérationnelle.¹⁶



Exploiter les modèles industriels de meilleures pratiques pour optimiser les stratégies de maintenance des actifs et ouvrir la voie à des capacités durables de nouvelle génération, telles que l'ingénierie des jumeaux numériques et la performance des actifs pilotée par l'IA.¹⁷



Utiliser des capacités de surveillance à distance basées sur l'IA : la maintenance prédictive peut à elle seule améliorer la disponibilité des actifs de 20 % et prolonger la durée de vie des machines de plusieurs années, ce qui réduit également les émissions de CO2.¹⁸



Utiliser des informations pilotées par l'IA pour effectuer une maintenance prédictive plutôt que réactive permet de réduire à la fois l'énergie utilisée et l'empreinte carbone globale de votre portefeuille d'installations.¹⁹



Acheter une chaîne de valeur plus durable : 80 à 90 % des émissions de gaz à effet de serre sont des émissions indirectes qui se produisent tout au long de la chaîne de valeur de l'entreprise.²⁰

¹⁶IBM, How to create more sustainable operations — one asset at a time

¹⁷⁻¹⁹Ibid

²⁰McKinsey & Company, Buying into a more sustainable value chain, September 2021

Pilier n° 4 : Soutenir l'environnement.

Si toutes les facettes d'une stratégie ESG sont importantes, l'objectif ultime est de préserver la planète et de reconstruire l'environnement. Les considérations et les résultats environnementaux font partie intégrante des trois autres piliers, tout en représentant des domaines d'intérêt spécifiques pour la plupart des entreprises aujourd'hui. Et quel que soit l'état d'avancement d'une organisation sur la voie du développement durable, il est impossible de mesurer les progrès accomplis sans commencer par établir des critères de référence.

Dans le livre *“Sustainability Science: Toward a Synthesis,”* les chercheurs ont défini les six capacités nécessaires au développement durable, c'est-à-dire les capacités à mesurer les progrès, à promouvoir l'équité, à s'adapter aux chocs, à transformer les voies de développement, à régir en coopération et à lier les connaissances à l'action. Aucun de ces éléments n'est possible sans débloquent l'information. Alors que le monde des affaires se heurte aux limites de la planète, il est temps de tirer un avantage stratégique de ces données.

Le saviez-vous?

Depuis 2005, les prix Sustainable Development Awards de Ricoh soutiennent les étudiants qui développent des innovations contribuant à la durabilité de l'environnement et s'alignant sur les valeurs de Ricoh. À ce jour, ces étudiants ont reçu plus de 450 000 dollars en bourses d'études Ricoh.

Comment l'accès à l'information favorise-t-il l'environnement?

Les données relatives aux émissions d'énergie, à l'utilisation du papier, aux programmes de recyclage et autres permettent aux entreprises de présenter le travail acharné, les défis et les progrès qu'elles accomplissent pour devenir des citoyennes du monde. Et le fait de raconter ces histoires permet de renforcer les partenariats commerciaux, la satisfaction des employés, l'intérêt des clients et un engagement encore plus grand à faire avancer les choses.

Faire évoluer votre entreprise et changer le monde.

Les progrès en matière de durabilité environnementale ne protègent pas seulement notre planète, ils soutiennent la durabilité de l'entreprise dans son ensemble. Que ces engagements influencent les décisions d'achat de vos clients, la volonté de vos employés de rester et d'évoluer dans leur carrière ou celle de vos partenaires de faire des affaires avec votre organisation, les effets positifs de vos efforts ont la capacité de se répercuter. Afin de construire notre avenir durable, l'information est une donnée essentielle.

Il est temps de donner la priorité à une approche de la durabilité basée sur les données, non seulement pour la santé et la vitalité des organisations du monde entier, mais aussi pour la survie et la prospérité de la planète.

FAITS RAPIDES



63 % des Américains veulent que les entreprises favorisent le changement social et environnemental.



87 % des Américains feront un achat parce qu'une entreprise partage ses valeurs.



76 % des Américains s'attendent à ce que les entreprises prennent des mesures contre le changement climatique.



73 % des Américains cesseraient d'acheter auprès d'une entreprise qui ne se soucie pas du changement climatique.

La durabilité à Ricoh

Membre de l'indice mondial de durabilité du Dow Jones (Dow Jones Sustainability World Index, DJSI World), l'un des indices ESG (environnementaux, sociaux et de gouvernance) les plus réputés au monde, et du Global 100 of the World's Most Sustainable Corporations, le Groupe Ricoh est le moteur du développement durable pour notre avenir. Nous sommes déterminés à ce que les entreprises contribuent à la matérialisation d'une société durable et nous nous engageons à contribuer à la réalisation des objectifs de développement durable (ODD) des Nations unies d'ici 2030.



À propos de Ricoh

Chez Ricoh, nous habilitons nos clients à répondre à notre monde en évolution au moyen de renseignements exploitables. Nous croyons que l'accès à la bonne information se traduit par une meilleure agilité opérationnelle, davantage d'expériences humaines et la capacité à prospérer en cette époque de travail hybride et sans frontières.

Grâce à notre personnel, à notre expérience et à nos solutions, nous créons chaque jour un avantage concurrentiel pour plus de 1,4 million d'entreprises dans le monde. Pour nous, il n'y a jamais trop de renseignements.

Pour en savoir plus, veuillez visiter www.ricoh.ca/fr-CA

Ricoh USA, Inc. 300 Eagleview Boulevard, Exton, PA 19341 | 1-800-63-RICOH

Copyright 2022, Tous droits réservés. Ricoh® et le logo Ricoh sont des marques de commerce enregistrées de Ricoh Company Ltd. Toutes les autres marques appartiennent à leur propriétaire respectif. Le contenu de ce document, de même que l'apparence, les fonctions et les caractéristiques des produits et services de Ricoh peuvent changer de temps à autre sans préavis. Les produits illustrés comportent des options. Même après avoir pris toutes les précautions possibles pour assurer l'exactitude de l'information, Ricoh ne fait aucune déclaration ni ne garantit l'exactitude de l'information contenue dans le présent document et n'accepte aucune responsabilité à l'égard de toute erreur ou omission dans ledit texte. Les résultats réels peuvent varier selon l'utilisation faite des produits et des services, ainsi que les conditions et les facteurs pouvant altérer la performance. Les seules garanties relatives aux produits et services de Ricoh sont exposées dans les énoncés de garantie formelle s'y rattachant.

RICOH
imagine. change.