



Communiqué de Presse  
Paris, le 04 novembre 2008

## **Le Centre de Formation KaMpus, partie intégrante du Département des Ressources Humaines de Konica Minolta : pour une montée en compétences continue**

Avec KaMpus, centre de formation intégré depuis plus de 17 ans, Konica Minolta forme chaque année près de 2000 stagiaires, pour un volume de près de 50 000 heures de formation. La gestion de la formation est clairement définie au travers d'un processus déclinant l'ensemble des étapes incontournables, du recueil des besoins à la validation des acquis. Les compétences internes sont également mises à la disposition des clients.

**Les programmes sont ainsi établis en vue de répondre aux attentes exprimées,  
l'objectif principal étant la satisfaction clients.**

### **La formation commerciale au service de l'intégration et des compétences**

4 semaines, c'est la durée minimale de formation administrée à l'ensemble des commerciaux Konica Minolta. Après 2 semaines d'intégration au cours desquelles les nouvelles recrues sont formées à la stratégie et à la culture de l'entreprise, s'ensuivent deux semaines entièrement consacrées à la démarche commerciale : techniques de vente, montée en compétences sur les produits haut volume. Puis la formation se poursuit au fur et à mesure de la carrière par des journées "Open Days" à thème garants d'un apprentissage permanent de savoir-faire sans cesse renouvelé.

*"Nos commerciaux s'adressent à différents auditeurs tous secteurs d'activités confondus. Il est primordial de leur transmettre un discours spécifique pour chacun des métiers auxquels ils vont s'adresser",* explique Mohamed ORMANI, formateur commercial

### **La formation technique garante de l'expertise et de l'autonomie**

Konica Minolta innove en permanence grâce à des technologies avancées et notamment par la création de produits et de services d'avant-garde dans la gestion de l'image. *"Avec l'évolution rapide des technologies, les profils recrutés ont évolué : d'un bachelier spécialisé en mécanique et électro technique, nous cherchons désormais des profils informatiques car la formation est de plus en plus orientée sur les savoir-faire technologiques qui vont fournir l'autonomie nécessaire à l'utilisation du matériel",* explique Bruno MEYA, responsable de la formation technique.

Depuis 2007, KaMpus dispose d'ailleurs d'un système d'autoformation décliné au niveau mondial: l'e-Learning Outward, véritable base documentaire technique, accompagné d'un dispositif de certification.

### **La formation clients pour une meilleure opérationnalité**

Konica Minolta privilégie le service et s'engage à accompagner ses clients dans leur maîtrise des solutions et des équipements, à leur fournir les clés d'une meilleure gestion de leur flux documentaire et à rationaliser leur parc de machines.

*"Les programmes de formation sont créés en fonction du type de matériel et du ciblage client. Notre objectif est de fournir à chaque client la connaissance nécessaire du matériel qui lui permettra de répondre au mieux à ses besoins lors de son usage quotidien",* explique Frédéric DEMARQUAY, responsable de la formation clients. "En 2007, nous avons dispensé plus de 500 jours de formation dont 363 jours "Couleur"".

## Le centre de formation KaMpus : la valeur ajoutée de Konica Minolta

Le choix du centre de formation intégré relève d'une question de positionnement stratégique : au sein de Konica Minolta, chaque collaborateur est source de valeur ajoutée. KaMpus permet de mutualiser les ressources, d'être plus compétitif sur un marché en perpétuelle évolution et de souder les collaborateurs autour d'une culture d'entreprise tournée vers l'avenir et l'innovation.

*"Notre secteur d'activité et l'avancée rapide des technologies font de KaMpus un atout majeur face à nos concurrents, à l'heure où les profils techniques et commerciaux se font de plus en plus rares. A travers nos formations, nous offrons à nos collaborateurs de réelles perspectives d'évolution et l'opportunité de devenir expert sur leur marché",* explique Julie Applincourt, Responsable recrutement, formation et évolution professionnelle.

*"Konica Minolta met tout en œuvre pour assurer à ses collaborateurs et nouvelles recrues un cadre de travail optimal où la formation garantit en permanence une montée en compétences pour une meilleure compétitivité sur le marché. Nos clients profitent également de cette montée en compétences et s'enthousiasment des formations reçues qui leur assurent une opérationnalité immédiate. Toutes formations confondues, KaMpus tourne à plein régime toute l'année et la formation clients est un centre de profit à part entière".*

Cette année, les orientations stratégiques de l'entreprise sont le développement des solutions, des prestations de service et de l'audit documentaire. Toute l'équipe de KaMpus va se mobiliser pour développer les compétences des salariés vers ces axes prioritaires.



Julie Applincourt, depuis 2000, chez Konica Minolta est aujourd'hui responsable recrutement, formation et évolution professionnelle.

### KaMpus – Chiffres Clés

13 formateurs professionnels (6 formateurs Technique, 3 formateurs Clients et 4 formateurs Commerciaux)  
12 salles de formation équipées.  
Des stages techniques et commerciaux, intégrés dans des cursus progressifs.  
Un catalogue de formation complet à disposition des clients, avec une offre de suivi pour valider l'acquisition des connaissances.  
80 % des formations sont dispensées aux commerciaux et techniciens, 20 % aux fonctions support.

#### A propos de Konica Minolta

Konica Minolta offre une gamme de plates-formes de communication noir & blanc et couleur (de 5 à 210 pages par minute), des systèmes de production et des solutions de gestion documentaire. Leader sur le marché de l'impression couleur, Konica Minolta a réalisé en France un chiffre d'affaires de 269 millions d'euros sur l'exercice 2007/2008. Ses solutions et matériels d'impression destinés aux entreprises sont commercialisés sur l'ensemble du territoire français. Ses gammes de plates-formes de communication et de système de production sont distribuées via un réseau composé de 30 entités régionales et de 120 concessionnaires, ainsi que de sa filiale Repro Conseil. Ses imprimantes sont, quant à elles, distribuées par 200 revendeurs agréés et 1 000 revendeurs actifs. La société emploie en France 1 100 personnes.

Konica Minolta est partenaire principal et sponsor maillot du Club de Football l'A.S. Saint-Étienne. Konica Minolta est aussi partenaire de l'Open de France de golf. Dans le cadre de ses actions de mécénat, Konica Minolta et l'Office National des Forêts viennent de signer un accord de partenariat portant sur un projet d'accessibilité des plages pour les personnes à mobilité réduite.

#### Contacts presse :

Laure-Anne FORTI  
Publicis Consultants |  
[laure-anne.forti@consultants.publicis.fr](mailto:laure-anne.forti@consultants.publicis.fr)  
Tél. : 01 44 43 75 90

Mélanie JAPAUD  
Publicis Consultants |  
[melanie.japaud@consultants.publicis.fr](mailto:melanie.japaud@consultants.publicis.fr)  
Tél. : 01 44 43 77 75

Julie APPLINCOURT  
Responsable du recrutement, de la formation et  
de l'évolution professionnelle  
[julie.applincourt@konicaminolta.fr](mailto:julie.applincourt@konicaminolta.fr)

Nathalie RIBES  
Responsable de la communication Corporate  
[nathalie.ribes@konicaminolta.fr](mailto:nathalie.ribes@konicaminolta.fr)  
Tél. : 01 30 86 60 55