

## La veille partagée, un outil anti-crise

**Dans un contexte économique tendu, gagner des parts de marchés, développer son activité tout en pérennisant sa structure est devenu pour une PME un enjeu vital.**

**Bénéficier facilement des connaissances, savoir-faire et bonnes pratiques de confrères devient alors un atout permettant de faire toute la différence.**

Dans un tel contexte économique, toute entreprise se doit d'être en état de veille permanente : stratégie, technologie, concurrence, produits, commercial...

Un exercice d'endurance onéreux en temps et en coût pour une simple PME.

ImpriFrance qui fédère 56 imprimeries sur tout le territoire français, applique depuis sa création en 1986, la veille partagée : un véritable outil anti-crise où chacun bénéficie au quotidien de l'expérience et de l'expertise d'un confrère.

Pour ce faire, plusieurs outils de partage de la connaissance ont été développés par le groupement. Ils sont utilisés aussi bien par un dirigeant comme une aide à la décision stratégique que par ses collaborateurs pour optimiser leurs savoir-faire ou développer leurs compétences.

Un véritable atout pour les imprimeries membres du groupement ImpriFrance surtout au regard du coût que peut revêtir l'information.

- Une **plateforme** web qui permet d'échanger en temps réel entre les membres de la communauté ImpriFrance. Les informations concernent essentiellement le quotidien de l'entreprise, son fonctionnement.
- Des **rencontres thématiques** sont organisées régulièrement au cours de l'année en région. Ces réunions entre dirigeants permettent d'aborder et d'approfondir un ou plusieurs sujets spécifiques : gestion de crise, création d'un nouveau produit ou service, évolution des technologies... Un ou plusieurs confrères font part de leur propre expérience et bonnes pratiques.
- Des **missions de veille spécifique** sont également régulièrement lancées afin de répondre à un besoin exprimé par la communauté. L'émergence ces dernières années du tout numérique dans le secteur des Arts Graphiques, a ainsi été l'occasion de lancer des études sur les nouveaux matériels et les nouveaux produits et services à développer.

L'ensemble de ces actions résumant la philosophie du groupement ImpriFrance et de ses imprimeurs : Etre plus fort ensemble.

### A propos du Groupement ImpriFrance

*Créé en 1986, ImpriFrance est le premier groupement français d'imprimeurs indépendants. Uniquement groupement d'achats à sa fondation, ImpriFrance est aujourd'hui un réseau de chefs d'entreprise et de salariés qui se rassemblent pour échanger leurs expériences, développer leurs compétences, favoriser la cotraitance et cultiver leur esprit pionnier.*

*Le Groupement ImpriFrance est actuellement composé de 56 imprimeries réparties sur toute la France et sélectionnées sur la base de critères rigoureux : taille de l'entreprise, structure financière saine, personnalité et éthique du dirigeant.*

*L'ensemble de ces sociétés représente un chiffre d'affaires cumulé en 2010 de 250 millions d'euros avec 2100 salariés.*

**Contact presse** : Séverine Lemoine & Marylise Dumas  
**Communication@imprifrance.fr**  
**Pour plus d'information** : [www.imprifrance.fr](http://www.imprifrance.fr)

### ImpriFrance veille... sur le numérique !

Dans un contexte économique tendu et dans une profession ou la révolution numérique a entraîné de profonds bouleversements, le choix d'intégrer un nouveau matériel est plus que stratégique, il s'avère bien souvent vital... surtout quand il s'agit de faire entrer dans ses ateliers une nouvelle machine d'impression numérique.

Face à une offre très large et de nombreux acteurs, il est parfois difficile pour l'imprimeur de faire une étude très approfondie et de se faire une opinion précise sur le matériel le mieux adapté à son marché par le seul discours des revendeurs. Le coût de cet investissement est tel qu'il ne laisse pourtant pas de droit à l'erreur.

Une commission formée par des experts du groupement a planché sur ce marché pour offrir au groupement un « petit livre blanc du numérique » et épauler le choix de chacun en fonction de son budget et de son marché.