

RAISON D'ÊTRE

**FOURNIR UN EMPLOI INSPIRANT
AUX MEMBRES DE LA
COOPÉRATIVE TOUT EN
PRODUISANT ET DISTRIBUANT
DES ARTICLES PROMOTIONNELS,
ÉVÉNEMENTIELS ET INDUSTRIELS
DE QUALITÉ**

Artisans imprimeurs sur objets
et fournisseur de produits promotionnels
fabriqués au Québec

promoplastik.com/fr/



Saint-Jean-Port-Joli,
Chaudière-Appalaches



Marie-Hélène
Marier



1992



1,9 M\$



18

Coopérative
de travailleurs



MOTIVATIONS

Prendre du recul par rapport à la direction, qui est entrée en poste en plein chaos pandémique.

Bénéficier d'un accompagnement pour tendre vers le développement durable.

Amorcer une réflexion sur le positionnement stratégique de l'entreprise.



BÉNÉFICES ET ENSEIGNEMENTS

Il est important de **bâtir une relation de confiance** en toute transparence avec un possible collaborateur avant de lui vendre un service ou un produit.

Il faut reconnaître qu'on n'est pas toujours les meilleurs pour combler les besoins des clients et **avoir l'humilité et l'expérience nécessaires pour diriger les collaborateurs** vers des solutions qui ont une réelle plus-value pour tous. On doit **privilégier les clients avec lesquels il existe une orientation commune** vers le partenariat.

L'importance de **regarder autrement la fonctionnalité** d'une impression et les objets concernés et de mettre en lumière la valeur de notre travail sur des « articles bébés » plutôt que sur des « articles bébelles ». Il convient de **prioriser les objets utilitaires dont la fin de vie sera réfléchi**.

Il importe de **mettre en avant l'expertise de l'entreprise**, et non le catalogue de produits.

Développement d'un langage mettant en valeur notre savoir-faire.



À L'ÉTUDE

Travailler sur la culture de l'entreprise et accompagner nos clients en amont afin de ne pas subir les impacts de projets très avancés sans avoir été impliqués au préalable. Cette cocréation nous évitera bien des erreurs et difficultés. En outre, ces projets axés sur des objets fonctionnels plutôt que promotionnels nous permettent d'identifier toute la valeur que nous pouvons offrir à nos clients au-delà de l'impression.





Réfléchir de façon constante sur les moyens d'agir et de répondre aux besoins de nos partenaires (ex. : plateaux de travail adapté) ou de nos employés dans notre modèle d'affaires.



« L'EFC offre un cadre facilitateur pour changer le regard « transactionnel » que nous portons sur les partenariats avec nos différents collaborateurs en un regard « relationnel ». Ainsi, nous pouvons cocréer l'offre et l'aligner sur la valeur réelle du travail fourni. L'encadrement d'EFC a créé un lieu de discussion des possibles permettant de tout mettre sur la table, dans une organisation de plus de 30 ans. »

« L'accompagnement EFC est arrivé à un moment où l'entreprise revoyait sa planification stratégique après avoir vécu les années pandémiques, au cours desquelles le secteur promotionnel a touché le fond. Les réflexions sur la fonctionnalité et la coopération vont marquer durablement cette entreprise, qui articulera son cheminement autour de sa valeur et ses impacts dans les prochaines années. »

MOTS CLÉS

-  **Transparence**
-  **Travail réel - valeur réelle**
-  **Ressources immatérielles**
-  **Partage**

NOTION CLÉ APPROFONDIE



Nous étions jusqu'alors reconnus des manufacturiers d'objets faits de matières plastiques. Nous avons développé notre lexique autour de la matière au lieu de notre vrai métier : l'impression et l'accompagnement dans la gestion de pièces.

La réflexion amorcée sur le travail réel a révélé tout notre savoir-faire : nous nous sommes réapproprié le terme « artisan ». C'est la première étape pour réfléchir autrement qu'avec une logique de volume.

