



**DIRECTION GÉNÉRALE DE LA COMPÉTITIVITÉ,
DE L'INDUSTRIE ET DES SERVICES
SERVICE DE L'INDUSTRIE
LA SOUS-DIRECTION DE LA MODE, DU LUXE,
DES BIENS DE CONSOMMATION ET DU DESIGN**

Paris, le

21 OCT 2011

DGCIS 1 - Le Berril - 12 rue Villot
75672 Paris cedex 12

Réf: 35

Affaire suivie par : François PARCY

Téléphone : 01 53 44 91 08

Télécopie : 01 53 44 81 80

francois.parcy@finances.parcv.fr

Madame, Monsieur,

La France est le leader mondial de l'industrie du luxe. Les performances économiques des grands groupes du luxe français sont, depuis de nombreuses années, des références de performances et de capitalisation boursière.

Les besoins en imprimerie de ces groupes sont très spécifiques, à la fois dans la communication externe et le packaging. En particulier, la qualité doit toujours être en corrélation avec l'image du produit et celle de la marque associée. Or, les prestataires français de l'imprimerie ne possèdent pas toujours le niveau de performance requis par les donneurs d'ordre du luxe.

Afin de permettre aux industries graphiques françaises d'accéder au niveau de qualité exigé par les donneurs d'ordre du luxe et de conquérir ou de reconquérir ces marchés, la Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS) apporte un soutien financier au projet « Imprim'Luxes » qui comporte la création d'une marque collective « Imprim'Luxes », laquelle sera portée par un pôle d'excellence graphique (PEG).

Cette marque sera un signe de démarcation forte des produits des entreprises membres du PEG. Elle constituera un élément indispensable de la stratégie industrielle et commerciale de l'entreprise et sera un gage de qualité des produits pour les donneurs d'ordre du luxe et pour les consommateurs.

Dans le cadre de ce projet, Monsieur Pierre BALLEET, directeur de PBALLEET Consulting sera, sous l'égide de l'Union nationale de l'imprimerie et de la communication, première organisation professionnelle du secteur de l'imprimerie, la cheville ouvrière du projet « Imprim'Luxes » et l'incubateur de solutions pour structurer la filière amont/aval du luxe. A ce titre, il est habilité à prendre tous les contacts nécessaires pour la réalisation de ce projet.

Je vous remercie par avance de lui réserver un bon accueil.

Emilie PIETTE

PROCÉDURE DE QUALIFICATION

LE PÉRIMÈTRE DU MARCHÉ DU LUXE

Une « certaine idée de l'excellence » pour les 3 segments du Luxe

Les cibles produits / marchés correspondent aux 3 segments du marché du luxe :

L'exceptionnel

Lié à la tradition, il a des origines culturelles et artistiques ;
c'est un marché d'initiés... un mythe !

Le prestige

Un style de vie « people », un concentré d'évènements, un produit élitiste...
un rêve enfin atteint !

Le premium

Un produit de qualité, un concentré de performances...
un luxe rationnel au quotidien !

Entretiens individuels de qualification

- Questionnaire de pré-qualification à retourner par le candidat.
- Accord préalable du conseil d'administration pour effectuer l'entretien de qualification.
- Les entretiens individuels sont réalisés par P Ballet Consulting avec comme support, le « cahier des charges ».
- Ils se réalisent par ½ journée ou journée avec un compte rendu et une recommandation.
- Les entretiens sont organisés selon un découpage par zone géographique et par métier.
- La liste de 50 cibles initiales (année 1) est établie comme suit :
 - Cercle initial vs comités,
 - Demandes spontanées (suite aux différentes communications),
 - Suite de l'encart d'Acteurs de décembre 2012 (appel à candidatures),
 - Dans tous les cas les « cibles » doivent être identifiées comme des acteurs « reconnus par le marché ».

Validation par le Conseil d’administration

- Le conseil d’administration est seul habilité à statuer sur l’agrément du label professionnel Imprim’Luxe et ce en s’appuyant sur le rapport de Pierre Ballet (compte rendu et exemples de production).
- Il se réunit une fois par mois.

Signature de la charte et adhésion à l’association Imprim’Luxe

- Le candidat coopté signe et accepte les conditions de la charte organisationnelle et déontologique.
- Il adhère à l’association Imprim’Luxe : signature des statuts et s’acquitte du paiement des cotisations. En cas de non renouvellement du label Imprim’Luxe, il n’est plus membre de l’association.

Remise du certificat « annuel »

- Le candidat est alors membre à part entière de l’association et il reçoit un certificat ad hoc.
- Il est référencé et identifié dans le site web Imprim’Luxe.

Procédure de renouvellement

- **Une méthode d’évaluation** annuelle permet de renouveler (ou non) le label.
 - L’entretien annuel est réalisé par PBallet Consulting qui transmet au comité directeur son compte rendu.
 - Les donneurs d’ordre sont sollicités pour évaluer leurs retours.
- Le comité directeur est seul habilité à accorder le renouvellement du label pour une période d’un an.

Champs d’utilisation du label

Seules les entreprises artisanales et industrielles de la filière graphique sont éligibles pour obtenir le label Imprim’Luxe ; les entreprises dédiées à l’achat et la revente (plateformes, agences...) ne peuvent utiliser ce label tant dans leur communication que dans le marquage des produits finis (à l’exception de ceux réalisés par un labellisé).