

édito

Notre seul ennemi, le low cost

Notre différence ? Nous vendons de la valeur ajoutée. Une valeur ajoutée multiforme : expertise dans le conseil, exigence dans le service, excellence dans la réalisation, mais aussi proactivité, créativité, innovation, formation, pour aboutir à des fabrications “never seen before”...

Chez Imprim'Luxe, pas de place pour l'à peu près, le banal, le bas de gamme. Nos labellisés, nos partenaires se battent pour une certaine idée de la qualité. Et leurs clients les suivent. Car le marché évolue, avec une envie de supports originaux, de concepts innovants, de matières inattendues. La recherche de tons particuliers, le goût de la belle typographie reviennent pour notre plus grand bonheur. **Chez Imprim'Luxe, c'est l'excellence qui imprime sa marque. Pas le low cost.** Qu'on se le dise !

Pierre Ballet

Entre nous,

Le luxe doit garder sa capacité à construire du rêve

Le luxe est stratégique. Secteur aspirationnel, c'est également un marché en pleine expansion, avec des pays à fort potentiel encore peu exposés.

Posséder, afficher des produits de luxe correspond aux attentes d'une nouvelle génération qui rêve d'accéder à des griffes d'exception. Ce qui permet en outre aux marques premium qui adoptent les codes du luxe de se faire une place sur ce marché.

Et la France dans tout cela ?

Notre pays conserve tout son prestige. Dans la “valeur France” se concentrent le savoir-faire, l'histoire, l'esthétique. Dior, Chanel, Vuitton, Hermès... sont des noms qui continuent de faire rêver le monde entier. “*Le luxe se nourrit de son origine française et la France se nourrit du rayonnement de ce secteur*” confie Stéphane Truchi, président du directoire de l'**Ifop***, Sachons en profiter en privilégiant les deux indicateurs repères que sont le service au client et l'expérience de vente. Pour continuer de se développer, les marques -comme tous les acteurs du marché, professionnels du secteur graphique inclus- doivent intégrer un marketing de la demande au niveau du service et de la relation client.

Une autre façon d'apporter du rêve à vos prospects !

*L'institut Ifop lance en 2015 une étude mondiale portant sur la valeur de désirabilité des marques. Un indice très intéressant pour tous les intervenants du secteur du luxe.



Communication,

Ca s'est passé à Strasbourg

Les 18 et 19 mars derniers, Imprim'Luxe participait aux "European Clusters Days" à Strasbourg. Pierre Ballet était invité à participer à une table ronde autour du thème de ces deux journées : "le cluster, un moteur européen de croissance."

Outre les nombreuses rencontres que l'événement a permis de concrétiser, Imprim'Luxe était particulièrement à l'honneur : la mallette remise à chaque participant était signée d'un groupe d'élèves de l'école INP Pagora de Grenoble, diligenté par Rémy Courant, éminent labellisé Imprim'Luxe... A l'intérieur de la mallette, un mini-guide présentait notre association. Pierre Ballet vous en dira plus au cours d'un prochain Atelier.

Professionnels

"Imprim'Luxe correspond à nos valeurs"

Alain Escourbiac, Imprimerie Escourbiac.

Vous venez d'obtenir un 3ème Cadrat d'Or, félicitations !

Effectivement, en février dernier notre imprimerie s'est vu remettre son troisième Cadrat d'Or, fait plutôt rare dans la profession. Nous en sommes très fiers et nous avons profité de la remise de cette distinction pour fêter également l'arrivée de notre nouvelle presse offset KBA 8 couleurs HR-UV, ainsi que l'obtention de la certification ISO 12647-2.

Une année qui démarre sur les chapeaux de roue !

C'est je pense la récompense d'un savoir faire d'excellence que nous développons depuis 52 ans...Entreprise familiale de 40 personnes, nous travaillons dans le "beau" en maîtrisant toute la gamme des techniques. Mais l'écoute attentive et le goût du service font aussi partie de notre ADN.

Vous vous sentez donc parfaitement en phase avec la philosophie Imprim'Luxe ?

Tout à fait. Nous défendons depuis le début le concept Imprim'Luxe. Faisant partie du Conseil d'administration, nous sommes très attentifs à l'évolution du label. Nous sommes très attachés à la notion de "collectif" et nous défendons particulièrement le positionnement élitiste de l'association. Notre expérience nous montre que les donneurs d'ordres du luxe sont avant tout attachés à la valeur ajoutée -matérielle ou immatérielle- que chacun d'entre nous peut apporter.

Renseignements / Contact : Pierre Ballet
contact@imprim-luxe.fr

Bréves

Les prochains Ateliers Imprim'Luxe

Notez bien ces dates, et inscrivez-les sur vos agendas ! Nous nous retrouverons entre labellisés et partenaires les :

- mardi 12 mai chez Groupe AGIR à Laval
- jeudi 2 juillet chez CLEMENT à Nancy
- en septembre (date à déterminer) chez NORTIER à ST Ouen l'Aumône
- en novembre (date à déterminer) chez PHIL@POSTE à Périgueux

Notez aussi les Salons où nous serons présents :

- COSMETIC 360 : les 15 et 16 octobre au Carrousel du Louvre
- Luxe Pack : les 21 / 22 / 23 octobre à Monaco



Partenaires,

Inapa : "le papier crée l'image"

Dans le cadre du Salon du dessin contemporain Drawing Now au Carreau du Temple à Paris, notre nouveau partenaire Inapa a réuni le 26 mars des donneurs d'ordres et professionnels du luxe.

Partenaire depuis cinq ans de ce salon, Inapa a profité de la manifestation pour présenter sa gamme de références spécialement destinées au secteur du luxe. Support en évolution permanente, le papier de création joue plus que jamais son rôle de porte-parole, de "porte-image" des marques, qu'elles soient Prestige ou Premium. Invité à présenter Imprim'Luxe, Pierre Ballet a conforté la vision d'Inapa : "le papier, c'est l'émotion au bout des doigts".

A noter la présence de deux autres labellisés Imprim'Luxe, Frazier et Digital Packaging, conviés aussi à exposer leurs travaux.

Voir tous les partenaires Imprim'Luxe sur notre site :
www.imprim-luxe.fr ► PARTENAIRES ► LA LISTE



"Les Subtils",
exclusivités Inapa,
équilibre parfait entre
délicatesse et raffinement.