

# (I)NL 23)

## *Imprim'Luxé & Vous*



## Que faire de l'IA ?

La déferlante de l'IA connaît une nouvelle ampleur avec l'arrivée « sur le marché » de l'offre ChatGPT4 et des générateurs d'images « intelligents ». Nos métiers du graphisme, de l'écrit, de l'image, sont dans le collimateur et risquent d'être fortement impactés. Faut-il ralentir leurs développements en faisant une pause, comme le préconise un certain nombre de « big boss » mondiaux ? Faut-il interdire leurs utilisations, comme le demandent les Italiens ? Faut-il attendre que la caravane passe en espérant retrouver des jours meilleurs ? Toutes sortes de questions se posent, y compris celles concernant la sécurité. On pense évidemment aux ravages que peuvent faire les « deepfakes », ces images plus vraies que nature qui circulent déjà un peu partout. Mais aussi à la sécurité informatique face à des IA qui peuvent « scraper »

toutes nos informations et s'insérer sans prévenir dans nos tâches quotidiennes. Certes, nous n'en sommes pas encore à l'étape de l'intelligence artificielle « générale » (AGI en anglais), celle qui jouera à fond le mimétisme, mais on murmure que Chat GPT5 pourrait sortir avant la fin de l'année. Alors ? À nous de réfléchir, tester, comprendre, questionner, et faire de ces innovations des alliées. Facile à dire sans doute mais si l'on prend un peu de recul, avouons que la PAO nous aide bien au quotidien, que le numérique simplifie les prises de vues et leur traitement, que les robots nous font gagner du temps et de l'efficacité quand il s'agit de conditionner des imprimés et de les amener jusqu'aux véhicules de transport... La « seule » différence avec les précédentes révolutions, c'est que celle-ci surgit avec une vélocité et une brutalité qu'on n'a jamais connues. Et qu'elle risque d'imprimer sa marque même là où on ne l'attend pas.

Pierre Ballet, *président*

## CONFÉRENCE

### Nouvelle date pour notre colloque RSE

Face aux incertitudes qui pesaient sur la situation dans les transports et la sécurité dans les rues de Paris le 28 mars dernier, nous avons dû nous résoudre à annuler notre colloque RSE programmé à l'Hôtel de l'Industrie. Nous avons bien sûr amèrement regretté cette décision, d'autant que de nombreux labellisés et partenaires avaient répondu favorablement à notre invitation.

Après avoir réfléchi à plusieurs autres possibilités, nous avons pu caler un nouveau créneau, et c'est avec plaisir que nous vous confirmons la nouvelle date du **lundi 15 mai à 17h, toujours à l'Hôtel de l'Industrie**, 4 place Saint Germain des Prés à Paris.

Nous vous espérons toujours aussi nombreux ; si vous n'êtes pas encore inscrit pour ce nouveau rendez-vous, vous pouvez le faire par mail à Pierre Ballet - [contact@imprim-luxe.fr](mailto:contact@imprim-luxe.fr)

SOIN

# RSE

lundi 15 mai

# 2023

*Comment gagner  
des clients grâce  
à son engagement  
RSE ?*

# actus

## Nouveaux membres

Labellisés

Partenaires

Souhaitons la bienvenue à trois entreprises  
qui rejoignent la famille Imprim'Luxe :

### SYNIA

Créée en 2005, SYNIA est aujourd'hui leader européen du doming (étiquettes adhésives 3D).

Sa capacité d'innovation, point clé de la stratégie d'évolution de l'entreprise, lui permet de développer différentes technologies associées au dépôt de résine.

SYNIA a également investi dans l'impression numérique pour être plus proche des attentes de ses clients.

Marque 100 % française de la société Wizzcom, « SYNIA met en avant le savoir-faire de ses équipes chaque jour un peu plus » se félicite le dirigeant Sylvain Maillard.

### ATT (Advanced Track & Trace)

Société française créée en 2003, ATT est un leader technologique et commercial reconnu dans le domaine de la sécurité, de l'authentification, de l'identification et de la traçabilité. Fournisseur « de sécurité et de confiance », ATT propose des solutions anti-contrefaçon et de traçabilité sécurisées de grande valeur aux marchés à forte croissance. « *Je suis persuadé que nous pourrions participer à notre échelle au rayonnement de la superbe signature que représente Imprim'Luxe et aussi bénéficier du réseau existant* » s'enthousiasme Jérôme Pichot, CEO / Directeur Général de l'entreprise.

### PAPETERIES DE VIZILLE

Depuis quatre siècles, Les Papeteries de Vizille développent un savoir-faire et des compétences dans la fabrication de papier et sacs de haute qualité. Installée au cœur des Alpes dans la vallée de la Romanche, l'entreprise produit 30 000 tonnes de papiers par an pour les marchés de l'édition, de l'emballage alimentaire, du luxe, de la sécurité et de l'industrie. Ce lieu d'exception inspire la ligne de conduite des papeteries, résolument axées vers des produits haut de gamme et un respect naturel de l'environnement.

« *C'était un plaisir de rencontrer Pierre Ballet dans nos installations de Vizille ; nous sommes ravis d'intégrer à nouveau l'association Imprim'Luxe* », confie Jean Charles Monange directeur commercial et marketing.

# REFLEXION



## ► RSE, une approche stratégique win/win

Comment convaincre les entreprises de s'emparer résolument de la démarche RSE ? Sans dévoiler les propos que nous tiendrons lors de notre colloque du 15 mai prochain, on peut aborder quelques notions qui deviennent très actuelles dans nos métiers de la production graphique et dans le secteur économique en général. Ainsi, comme le rappelle par ailleurs Laurent Géry (Oriol&Fontanel), la RSE ne saurait être considérée comme un coût, mais comme un investissement et un levier d'innovation et de croissance dans une démarche de progrès continu. « Plus on se positionne rapidement sur la RSE, plus on est compétitif et gagnant car celle-ci permet de (ré)concilier éthique et profit en bâtissant de véritables stratégies d'innovation porteuses d'une vraie vision à long terme ».

## ► Une affaire de dirigeant

Si l'on veut qu'il soit porteur de sens et de valeurs pérennes, l'engagement sociétal doit procéder d'une véritable stratégie d'entreprise. Il doit être porté par les dirigeants et s'intégrer au cœur de la réflexion. Loin de le traiter de façon isolée comme un enjeu simplement éthique, il doit être perçu comme un levier de transformation de l'entreprise tout entière, avec à la clé de nouveaux business-modèles et des sources de motivation interne.

Certes, ce type de stratégie sociétale ne s'improvise pas, il se construit collectivement en s'appuyant sur les champs d'activité de l'entreprise et ses racines. En rapprochant éthique et profit, la RSE est une formidable opportunité d'innover et de croître ; il ne s'agit pas là d'une simple mode, mais bien d'un enjeu de mutation profonde de nos entreprises et de la société entière. Ceux qui l'ont compris prennent de l'avance. Les autres, attentistes, dubitatifs ou réfractaires auront du mal à rattraper le temps perdu...

## ► Marque employeur, une démarche incontournable

La capacité d'une entreprise à fidéliser ses salariés comme celle d'attirer de nouveaux collaborateurs est un enjeu RSE majeur. Aussi, mener une réflexion sur « la marque employeur » devient indispensable ; on le sait, les jeunes générations attendent beaucoup plus d'engagement\* du monde du travail. Elles sont moins soucieuses de salaire que de sens, de cohérence, d'utilité sociétale. Inscrire la création de produits et de services dans une approche d'économie circulaire et respectueuse est un défi décisif pour l'entreprise, qui suppose une nouvelle façon de créer de la valeur. Idem pour l'attachement, notion essentielle pour retrouver du sens et de la cohésion. On le voit c'est à une réflexion globale que les chefs d'entreprises sont confrontés, si tant est que la RSE embrasse des champs beaucoup plus vastes que ceux que l'on imagine communément.

\*Selon un récent sondage Harris Interactive, 7 jeunes actifs sur 10, dans la tranche d'âge 18-30 ans, déclarent être prêts à changer d'emploi pour un job écologiquement utile ! À méditer...

# CONTRIBUTION

## La consolidation de la supply chain est en route

C'est un fait acquis : après avoir racheté et intégré leurs fournisseurs les plus importants, dépositaires d'une partie des savoir-faire sur lesquels repose leur succès, les marques de luxe, à l'instar des acteurs des autres secteurs économiques, cherchent à sécuriser leurs approvisionnements en amont.

Dans le secteur de la mode et des accessoires par exemple, on ne compte plus le nombre de sous-traitants qui ont été acquis depuis une vingtaine d'années par les grands noms du secteur du luxe. La plus avancée dans ce domaine est la maison Chanel, avec sa filiale Paraffection qui regroupe une vingtaine d'entreprises dans les métiers d'art liés à la haute couture (broderie, passementerie, peausserie, bijoux, etc.) ainsi que des fournisseurs, notamment en Italie (vêtements, souliers, maroquinerie). Ce phénomène se retrouve chez d'autres grandes marques comme Hermès, Vuitton, Dior, Gucci ou Saint-Laurent, entre autres.





## Blockchain, l'anti-contrefaçon ?

Avec cet impératif de sécurisation de leur supply chain, les marques voient aussi l'opportunité de lutter contre la contrefaçon et de rassurer le client final. C'est le rôle dévolu désormais à la blockchain. Les projets abondent, notamment celui de Aura Blockchain Consortium qui regroupe au sein d'une même entité des groupes tels que LVMH, Prada, Cartier, Mercedes, OTB. Concurrents mais aussi, et c'est nouveau, partenaires pour se défendre contre les agissements des contrefacteurs et autres usurpateurs d'identité qui risquent de miner les fondements de leur succès : l'absolue confiance du consommateur. Cette tendance touche tous les secteurs et toutes les entreprises. On ne compte plus les exemples de rapprochements, de partenariats, de projets mettant en œuvre des synergies entre sociétés qui se considéraient auparavant comme exclusivement concurrentes. Fait nouveau en France : les entreprises apprennent à mettre en commun leurs ressources et leurs expériences pour sécuriser leurs approvisionnements, protéger leurs savoir-faire, financer l'accès à l'innovation pour les plus modestes. Les pouvoirs publics, notamment en régions, sont à la manœuvre et le « Made in France » aidant, on assiste à une authentique révolution des mentalités. Le cercle vertueux est en marche !

## Chasser en meute, solution gagnante

Les entreprises de notre secteur, et plus spécialement les membres d'Imprim'Luxe, n'échappent pas à cette tendance. Des regroupements d'entreprises et des projets d'intégration d'entités complémentaires sont en cours. Tout ceci, afin de jouer sur les économies d'échelle et la mutualisation des fonctions support, la capacité de pouvoir gagner en capacité de négociation face aux donneurs d'ordres ou aux fournisseurs. Ces tendances lourdes manifestent une dynamique indéniable de notre secteur qui est portée par la résilience du marché des produits de luxe face aux événements géopolitiques et à la crise sanitaire que nous venons de traverser.

Parallèlement les projets collaboratifs, le fameux « chasser en meute », le besoin d'échanger informations et conseils, le sentiment d'appartenance à des valeurs communes, n'ont jamais été aussi forts. Voici donc la partie la plus visible du partage en commun de notre label qui va fêter cette année ses dix ans ! À un moment où plus que jamais importe la défense d'un patrimoine commun, il est bon de savoir que nous disposons d'un outil puissant de reconnaissance et d'identification de nos prestations, synonyme, d'absolue qualité, d'innovation, de déontologie.