

# (I;L 23)

*Imprim'Luxe & Vous*

SEPTEMBRE 2023



... Elle n'est même pas négociable ; le luxe ne souffre pas l'à peu près, l'approximatif, le « peut mieux faire ».

Sa conquête est ardue, sa perte facile. Oui le chemin vers l'excellence demande un effort constant, une volonté puissante, une remise en cause permanente.

Mais le succès est à ce prix, les grands noms du secteur nous le montrent en permanence. Une fois que l'on a dit çà, que faire pour se hisser au niveau d'excellence attendu par nos clients, et surtout comment s'y maintenir ?

Les conseils ne manquent pas, les pseudo méthodes non plus. Mais la vérité est ailleurs : on ne se décrète pas excellent, on le devient au terme d'une lutte quotidienne, à la manière des grands Chefs remettant chaque jour leur ouvrage en jeu.

Vision claire, organisation réfléchie, management exemplaire, culture fondée sur la confiance, l'envie et la bienveillance sont les grands incontournables. Mais s'il est un message que nous avons retenu de notre colloque RSE de mai dernier, c'est bien celui de la place et du respect de l'humain dans ce mix fragile.


Différentes études menées un peu partout dans le monde révèlent que les équipes d'excellence ne s'appuient pas obligatoirement sur des compétences particulières, mais bien souvent sur un état d'esprit, une culture, une manière d'être et de faire qui se propage naturellement d'un collaborateur à l'autre.

Une façon en quelque sorte d'imprimer sa marque.

Souhaitons-nous une excellente rentrée !

*Pierre Ballet, Président*

## L'excellence n'est pas une option...



**L'excellence**  
doit être considérée  
comme une condition  
préalable et non comme  
une conséquence ;  
cela suppose de faire  
de la qualité un état  
d'esprit influençant  
chaque décision

Maurice Lévy,  
créateur de la plate-forme  
numérique artistique « YourArt »  
[www.yourart.art](http://www.yourart.art)



# Interview

## Jean-Charles Monange

Pour cette newsletter de rentrée, nous avons voulu donner la parole à Jean Charles Monange, Directeur commercial et marketing des Papeteries de Vizille, qui réoriente une partie de sa production vers le secteur du haut de gamme et du luxe.

**I'L.** *Votre entreprise a 400 ans d'existence, ce qui ne vous empêche pas d'être en pointe en matière d'utilisation d'énergies renouvelables.*

**JCM.** Nous appartenons au Groupe Vicat dont la stratégie de décarbonation est très volontariste. Les Papeteries de Vizille sont dans cette mouvance : depuis bientôt dix ans, nous n'utilisons plus de gaz ou d'autres combustibles fossiles ; l'énergie nécessaire à la confection de nos papiers est aux deux tiers renouvelables. 95% de la vapeur que nous utilisons provient par exemple de la combustion de biomasse ; nous projetons également de nous équiper en photovoltaïque.

**I'L.** *Et l'eau ? Vous êtes dans une région où elle est encore abondante ?*

**JCM.** Notre entreprise est située en aval d'un barrage mais nous avons connu, comme beaucoup ces deux dernières années, des alertes sécheresse. La gestion de cette précieuse ressource fait l'objet de toute notre attention, nous cherchons en permanence à en réduire la consommation.

Nous sommes également très vigilants sur nos rejets : avec deux étapes de traitement en station d'épuration, l'eau rejetée est parfaitement propre, conforme au milieu naturel auquel elle est restituée.

**I'L.** *Vous avez d'ailleurs une politique RSE affirmée.*

**JCM.** C'est vrai, nous avons une vision très pragmatique de la RSE et nous mettons en œuvre de nombreuses actions locales. L'ensemble de nos collaborateurs est sollicité, nous sommes à l'écoute de chacun, nous nous apprêtons d'ailleurs à lancer un certain nombre de projets en 2024, avec au cœur de ceux-ci l'Humain.

**I'L.** Vous avez aussi fourni le papier de la couverture et des pages intérieures du magazine « Caractère spécial environnement » cet été. Pourquoi avez-vous été choisi ?

**JCM.** Une fois par an, ce magazine édite un numéro spécial qui n'est pas imprimé sur du papier couché traditionnel. Nous avons été sollicités avec d'autres confrères, et après discussion et échanges, c'est notre support LuxBook

qui a été retenu pour son aspect visuel plus naturel, plus authentique, plus mat. Ce choix de la rédaction nous a fait particulièrement plaisir, il va dans le sens de ce que nous souhaitons faire, nous développer dans le secteur du haut de gamme et du luxe.

**I'L.** Ce qui nous amène à parler d'Imprim'Luxe : pourquoi avoir souhaité rejoindre l'association ?

**JCM.** Les Papeteries de Vizille ne travaillaient pas avec le secteur du luxe, mais j'ai voulu orienter une partie de la production vers ce segment qui va continuer de se développer. Forte valeur ajoutée, haut niveau d'exigence, attente de créativité, les arguments sont nombreux et séduisants, y compris pour l'interne. Seulement pour aborder ces marchés, il nous faut multiplier les façons de nous exprimer, mieux partager nos valeurs et rencontrer les acteurs qui comptent. Dans cette optique, le modèle Imprim'Luxe nous intéresse, en particulier via les événements qui sont organisés et qui sont autant d'occasions de rencontres et d'élargissement de notre notoriété.

**Résolument tournées vers le haut de gamme, les Papeteries de Vizille ont centré leur cœur de métier sur deux marchés distincts, la fabrication de papiers de spécialité et celle de sacs krafts. Deux secteurs, une même exigence, celle de proposer à ses clients une réelle valeur ajoutée qualitative. Filiale du groupe cimentier Vicat, la papeterie iséroise emploie 170 personnes pour 55 millions de CA (en 2022). 25 000 tonnes de papier sont produites chaque année, fabriquées à partir de pâte papetière provenant à plus de 70 % de l'hexagone.**

# Rencontre



## Visite des imprimeries ICI le 18 octobre

Nous avons le plaisir de vous confirmer la date de notre prochaine visite d'usine dédiée au « Grand Ouest ». Elle se tiendra le mercredi 18 octobre et nous permettra de visiter les 2 sites de ICI -labellisé Imprim'Luxe- situés près de Cholet (adresses et horaires à venir).

Comme nous l'avons expérimenté lors d'autres visites en région (Philaposte, Billet, Clément...), nous vous proposons de nous retrouver la veille, mardi 17 octobre en fin de journée, au Château de la Morinière situé à Andrezé. Nous y partagerons de bons moments, avec dégustation de vins régionaux et dîner aux saveurs locales. À date, 22 chambres sont disponibles ; rendez-vous dès maintenant sur le site de réservation du château [www.chateau-de-la-moriniere.com](http://www.chateau-de-la-moriniere.com) / référence Imprim'Luxe pour retenir et régler votre chambre (sans passer par la case booking.com !) Bonne nouvelle, le dîner vous est offert par Imprim'Luxe.

*Nous espérons vous voir très nombreux lors de cet évènement où convivialité et découverte d'une imprimerie qui a une belle histoire à raconter, seront associés pour le plus grand plaisir des participants.*

# RSE Story

## Dans Kering il y a Care

Dans la continuité de notre colloque RSE de mai dernier (que nous envisageons de renouveler), il nous semble intéressant de reproduire ces propos tenus\* par Béatrice Lazat, Chief People Officer chez Kering : « *notre ambition est de faire de Kering l'employeur de préférence dans le luxe. Pour attirer et retenir les meilleurs talents, notre promesse repose sur deux engagements : We Care et We Dare, ce qui signifie offrir un cadre de travail propice au bien-être et à l'épanouissement, tout en encourageant l'autonomie, la responsabilité, la créativité et la prise de risque. Cette démarche repose notamment sur la promotion d'une culture d'égalité et d'inclusion, la formation des talents et l'engagement des salariés* ».

## Des actions concrètes

Et Béatrice Lazat de donner quelques exemples d'actions concrètes : « nous avons mis en place un congé naissance ambitieux, le Baby Leave, qui offre 14 semaines rémunérées à 100% à tout parent de Kering (mère, père et partenaire) qui accueille un enfant dans son foyer, lors d'une naissance ou d'une adoption, quelle que soit sa situation personnelle ou géographique. En 2022, nous avons également lancé un programme d'actionnariat salarié qui associe durablement les

collaborateurs aux valeurs et aux performances du Groupe. Intitulé KeringForYou, ce programme constitue un signe de reconnaissance de l'engagement au quotidien des équipes, engagement dont dépend la performance collective à long terme du Groupe. »

## Diversité et créativité

Par ailleurs, l'inclusion et la diversité restent au centre des préoccupations du Groupe. « *Nous sommes convaincus, reprend Béatrice Lazat, que la créativité et la diversité sont indissociables ; en effet, la créativité de nos Maisons ne peut naître que de la diversité des personnes, des idées, des expériences. Nous œuvrons ainsi en faveur d'un environnement de travail inclusif où chaque individu est valorisé, respecté et traité équitablement. Notre action s'inscrit à tous les niveaux et tout au long de la carrière des collaboratrices et collaborateurs. Elle se traduit par une série d'engagements concrets, parmi lesquels l'objectif de parité dans toutes les fonctions du Groupe. Nous sommes ainsi fiers de faire partie, pour la sixième année consécutive, du classement 2023 Bloomberg Gender-Equality Index, qui reconnaît les engagements de Kering pour promouvoir la diversité, l'équité et l'inclusion.* »

\*dans le dernier Hors-Série « *Ressources Humaines & Talents* » du Journal du Luxe

# Le Dîner 10 ans

Le dîner de gala annuel Imprim'Luxe aura lieu le **mardi 14 novembre à l'Automobile Club de France**, place de la Concorde. Pour cet événement qui fêtera les 10 ans d'Imprim'Luxe, nous avons invité deux personnalités de tout premier plan.

L'une d'entre elles n'est autre que Arnaud Montebourg, le signataire de l'appel à projet qui a permis la création d'Imprim'Luxe. Nous vous communiquerons très rapidement les informations relatives à l'organisation de ce grand rendez-vous.

Vous pouvez déjà réserver votre place, ou réserver une table complète pour votre entreprise et / ou vos clients, une occasion unique de conforter votre relationnel et l'image de votre entreprise.

# actus

## LUXE PACK MONACO

The premier trade show for creative packaging

### Luxe Pack innove

#### Un train pour Monaco

Les organisateurs du Salon Luxe Pack ont pris une initiative inédite visant à accompagner leurs clients dans la décarbonation de leur expérience Salon. Pour la première fois, ils proposent à leurs congressistes de monter à bord d'un train privatisé -direct Paris-Monaco- le lundi 2 octobre au matin. Ce train proposera, pour la somme de 60 €, un trajet de 6 heures durant lequel un petit déjeuner, un déjeuner écoresponsable et des animations seront proposés, mêlant travail et bien-être, massages, dégustations et présentations, en compagnie de professionnels du packaging de luxe. « *Nous discutons fréquemment avec les Maisons de luxe qui constituent l'essentiel de notre visitorat et avons constaté que le train était de plus en plus utilisé pour des raisons pratiques ou écologiques. Nous avons à cœur de les accompagner activement dans leur démarche de RSE, et ce train spécial est une première étape* », explique Fabienne Germond, directrice des Salons Luxe Pack.

#### Les bougies s'exposent

Non pas pour fêter un anniversaire, quoi que... Les 2, 3 et 4 octobre prochains, les fabricants d'emballages premium du monde entier présenteront à Monaco leurs innovations les plus créatives : un sourcing incontournable pour les marques qui veulent jouer la carte de la différenciation, que ce soit en termes de design, de respect de l'environnement ou d'innovation digitale. Pendant trois jours, l'innovation packaging sera mise à l'honneur sur le Salon Luxe Pack. Fidèle à son rôle d'accompagnement du secteur, l'événement crée cette année la nouveauté avec le lancement de la section Luxe Home un espace consacré à la thématique du *HOME Fragrances & Accessories*. Les visiteurs y retrouveront des bougies, parfums d'intérieur, porte-encens, diffuseurs et vaporisateurs, chandelles et chandeliers, étuis premium, etc. Évalué à 6,8 milliards dollars en 2021, le marché mondial des bougies a le vent en poupe. Selon les dernières estimations, il devrait frôler les 10 milliards de dollars d'ici 2028 (*Source : Businesscoot, 2022*).



# Agenda



---

## Colloque Pap'Argus

**le 19 septembre à Paris,**

pour (re) découvrir tout ce que le papier-carton permet de faire et même plus ! Articulée autour des grandes missions du papier-carton, la journée accueillera des intervenants de tous les horizons et des participants désireux d'en savoir plus sur les tendances du secteur. Recycler avec Stéphane Panou de Paprec, imprimer avec Patricia Muller de la Drupa, innover avec Nicolas Koutros de Bioguard, etc.

Contact : Jean Poncet [jean.poncet@mpmedias.com](mailto:jean.poncet@mpmedias.com) ou Alicia Collins [a.collins@mpmedias.com](mailto:a.collins@mpmedias.com)



---

## Colloque Liquides & Conditionnement

**le mardi 17 octobre à Paris.**

Participez à cet événement positionné autour du thème « l'impact des 3R sur le secteur boissons, solutions, coûts et bénéfices environnementaux. » Réduire, réutiliser, recycler, les questions se multiplient : matières utilisées, vierges ou recyclées, consigne or not consigne, gain environnementaux réels ou pression des consommateurs... Des réponses existent, venez les découvrir et les partager.

Contact : Jean Poncet [jean.poncet@mpmedias.com](mailto:jean.poncet@mpmedias.com) ou Alicia Collins [a.collins@mpmedias.com](mailto:a.collins@mpmedias.com)



---

## Luxe Pack Monaco du 2 au 4 octobre 2023,

Imprim'Luxe sera présent. Cette année encore, les fabricants d'emballages Premium du monde entier se réunissent à Monaco afin de présenter leurs innovations les plus créatives : un sourcing incontournable pour les marques qui veulent jouer la carte de la différenciation, que ce soit en termes de design, de respect de l'environnement ou d'innovation digitale.

# (suite) Agenda

PARIS  
PACKAGING  
WEEK 2024

---

## Paris Packaging Week les 17 et 18 janvier 2024 à Paris Expo Porte de Versailles.

Le lieu idéal pour découvrir les innovations et créer l'avenir de vos packagings -aérosols, emballage de produits de beauté de luxe ou de boissons premium. ADF, PCD, PLD et Packaging Première, les salons de la Paris Packaging Week, sont de retour début 2024.

premium&luxe  
Tout l'univers du Packaging de Luxe

---

## Magazine Premium & Luxe

A l'occasion de Luxe Pack Monaco, un cahier spécial « *La France imprime sa marque* » sera inséré dans le numéro du magazine Premium&Luxe édité par notre partenaire presse MP Médias. Le magazine sera distribué à Luxe Pack puis aux Places d'Or ; les annonceurs labellisés et partenaires Imprim'Luxe de ce cahier seront invités à la 2<sup>e</sup> Nuit du Papier le 4 avril 2024.

Pour tous renseignements, contactez -rapidement- Jean Poncet au 06 14 27 47 70, ou [jean.poncet@mpmedias.com](mailto:jean.poncet@mpmedias.com)

Renseignements / Contact : Pierre Ballet - [contact@imprim-luxe.fr](mailto:contact@imprim-luxe.fr)  
Communication : Philippe Grand / 06 07 56 63 91 / [grandfil1@orange.fr](mailto:grandfil1@orange.fr)  
Yann Goarin / 06 66 92 94 90 / [y.goarin@empreinte-graphique.fr](mailto:y.goarin@empreinte-graphique.fr)