

(I;L 23)

Imprim'Luxe & Vous

DÉCEMBRE 2023



« Difficile, voire impossible d'avancer seul, chacun dans son coin. Les grandes choses on les fait ensemble en privilégiant ce qui rassemble, en mettant de côté ce qui sépare ».

Belle leçon de patriotisme économique de la part de l'ancien ministre Arnaud Montebourg ce mardi 14 novembre entre les murs de la grande bibliothèque de l'Automobile Club de France. La réception organisée pour fêter les 10 ans de notre association a tenu ses promesses. Devant une assistance des grands jours, les anciens ministres Hubert Védrine et Arnaud Montebourg, le professeur émérite Jean-Noël Kapferer, et le président de la Commission du Vieux Paris et de l'Institut « Les Lumières de Paris » Jean-François Legaret ont ravi l'auditoire en défendant chacun à leur manière leur vision des relocalisations et du Fait en France. Constats parfois abrupts, directs, sans concessions ...mais réalistes. Briefés sur nos métiers, conscients des difficultés de nos professions, mais aussi optimistes sur l'évolution du secteur du luxe, chacun des intervenants louait la capacité d'adaptation de nos entreprises et la qualité de leurs productions. « *Ressaisissons-nous, invitait l'ancien ministre du redressement économique, cessons d'être les idiots du village global, soyons fiers de ce que nous sommes mais soyons fiers ensemble ! Finie la naïveté,* » clamait-il en substance. Le petit moment de surprise passé, les sourires reprenaient le pouvoir, éclairant les visages des convives ; il n'y a pas si longtemps, nous avons proposé aux labellisés et partenaires de « chasser en meute » en privilégiant synergies, complémentarités, et actions partagées. La proposition tient toujours ! En attendant, merci à tous d'avoir contribué à faire de ces 10 ans un moment qui imprimera -longtemps- notre marque !

Pierre Ballet, Président

Ensemble !

Verbatims

...collectés lors de la prise
de parole d'Arnaud Montebourg



Quand la mondialisation
nous arrange, il faut être
pour ; et ne pas hésiter
à être contre lorsqu'elle
nous dérange.



La France est fière
de construire l'Europe
et d'en être le meilleur
élève pendant que les
autres pays s'occupent
avant tout d'eux-mêmes !



Le made in France,
c'est la possibilité
d'assurer le pain
quotidien de nos
concitoyens.



La nation française
s'est tue, elle ne
s'est pas adaptée,
elle a rendu
les armes.



Nous sommes
les champions du
monde de l'épargne,
pourquoi ne pas mettre
une partie de cet argent
à disposition de nos
entreprises ?



Dans la mondialisation,
il y a des gagnants
et des perdants
et vous la France
vous êtes des perdants
(ex-ambassadeur
de Chine en France).



En France il faut
2 ans et demi pour
construire une usine ;
6 mois en Allemagne ;
2 mois en Chine.
Tout est dit !





Alain Caradec,
Arnaud Montebourg,
Pierre Ballet,
Jean Marc Barki



Jean Marc Barki,

un partenaire
à la manœuvre

Un grand merci à Jean Marc Barki, dirigeant et cofondateur de l'entreprise partenaire Stikoïa / Sealock*, qui a su convaincre Arnaud Montebourg d'honorer de sa présence -o combien active- la soirée anniversaire d'Imprim'Luxe. « *Nous avons l'amour de la Bourgogne en commun, confie Jean-Marc, et ce fut un réel plaisir de voir l'accueil chaleureux qui fut réservé à l'homme de Frangy-en Bresse, un battant toujours prêt à mouiller la chemise pour défendre le made in France* ». Proche de l'ancien ministre de l'Économie, celui qui plus jeune rêvait d'être cuisinier, rappelle la promesse énoncée au cours de la soirée du 14 novembre : acheter du miel à l'entreprise Bleu, Blanc, Ruche -défendue par Arnaud Montebourg- pour en faire des cadeaux de fin d'année... Labellisés, partenaires, à vos commandes !

➤ www.bleu-blanc-ruche.fr

*Stikoïa est la marque commerciale de l'entreprise Sealock, spécialisée dans la fabrication de colles industrielles

Re

localisations

Ré

industrialisations

Depuis 2017, le Gouvernement a mis en place des actions en faveur d'une production française solide, compétitive et décarbonée. Ces initiatives ont connu une accélération dès 2020 avec le plan France Relance dont un tiers du budget a été alloué à la (re)localisation. La dynamique s'inscrit désormais sur la durée avec France 2030 (54 milliards d'euros via des dispositifs nationaux et locaux) dont le volet territorialisé est doté de 500 millions d'euros. Ce volet a pour objectif d'accompagner l'innovation dans les start-ups, PME, ETI ou organismes locaux notamment, sur tout le territoire national.

actu

Salon PCD de janvier, Imprim'Luxe présent !

Comme chaque début d'année, Imprim'Luxe sera présent au salon PCD les **17 et 18 janvier prochain** à l'occasion de la « Paris Packaging Week ». L'association remercie chaleureusement le groupe Easy Fairs, et plus particulièrement Josh et Christelle, qui nous permettent de profiter d'un stand dédié. Un stand* que labellisés et partenaires pourront utiliser comme support à leurs actions commerciales avec la possibilité d'exposer des produits ; une hôtesse sera présente pour guider les visiteurs.



*son emplacement ainsi que la liste des labellisés et partenaires qui exposeront au PCD vous seront communiqués par mail

Pourquoi

nous croyons
au collectif

Célébrer le collectif, le « chasser en meute » est à l'opposé de notre culture individualiste nationale. Cependant l'un des projets majeurs de notre association est, rappelons-le, de défendre un patrimoine commun en utilisant la plateforme de convivialité, d'échanges et de mise en œuvre de complémentarités qui s'est bâtie au fil des années.



Que des entreprises, les vôtres, par ailleurs concurrentes sur les marchés, se retrouvent pour évoquer les sujets qui les concernent toutes*, voilà une belle mission qu'Imprim'Luxe va continuer d'accompagner. C'est parce que nous croyons que l'impression et son support – le papier – ont encore de beaux jours devant eux que nous voulons en promouvoir la défense. Outils de communication mais aussi de culture, d'enseignement et de loisirs, les productions des membres d'Imprim'Luxe sont le témoignage de la vivacité du secteur.

***quelques exemples d'inquiétudes partagées :**

- *évolution du coût de l'énergie et des matières premières*
- *évolutions de la législation*
- *digitalisation des activités et de la communication,*
- *utilisation des nouvelles technologies : IA, blockchain, metaverse, NFT, etc.*
- *nouveaux formats de la distribution et place de la communication imprimée*
- *importance de la RSE/obligation d'imprimer « propre » et ses conséquences*
- *polémiques sur le « trop d'emballage »*

Parlons

Labels

Pour que la France imprime toujours plus sa marque

Pourquoi aller chercher ailleurs ce que l'on peut faire chez nous aussi bien, souvent mieux ? Lorsqu'on lance Arnaud Montebourg sur le thème du Made in France, l'ex-ministre du redressement productif retrouve le ton, les élans et les indignations qu'on lui connaît depuis la fameuse époque de la marinière. *« Il est plus que temps de cesser d'être les idiots du village global et d'accepter tout et n'importe quoi venant des différents continents. La naïveté a des limites. Faire en France, poursuit celui qui est devenu entrepreneur avec la marque de miel Bleu Blanc Ruche - avant de lancer une douzaine d'autres projets industriels-, c'est engranger des recettes pour le pays et arrêter d'enrichir l'usine globale.»*

D'autant que la qualité de nos productions comme la créativité de nos entrepreneurs n'ont pas à rougir de la comparaison. Et que différents labels reconnaissent l'excellence du « savoir-faire français ». Il est temps d'opposer à une mondialisation débridée un patriotisme économique assumé !

Le « Made in France »

À tout seigneur tout honneur ! Le « Made in France » est une mention d'origine que les entreprises peuvent apposer sur leurs produits pour attester de leur fabrication en France ; elle est régie par l'article 39 du Code des douanes communautaire que l'on peut juger comme étant particulièrement souple. En effet tout produit peut afficher le label made in France à condition d'avoir subi sa dernière transformation d'importance en France... Et ce, même si les composants, les matières premières et/ ou les diverses étapes de fabrication proviennent de pays étrangers. Le site Lesitedumadeinfrance.fr propose un moteur de recherche pour trouver facilement des produits fabriqués en France dans différents domaines tels que la mode, la maison, la puériculture, les jouets et la beauté (mais le site ne référence que les articles Made in France de ses partenaires).

➤ Plus de détails sur www.economie.gouv.fr

Le Label EPV

Le label EPV (Entreprise du Patrimoine Vivant) qui récompense l'excellence des savoir-faire français, jouit d'une réputation incontestable. Attribué pour 5 ans, il a été mis en place pour distinguer les entreprises nationales aux savoir-faire artisanaux ou industriels d'excellence. Trois critères retenus : un patrimoine économique spécifique, un savoir-faire rare traditionnel ou de haute technicité, une notoriété confirmée.

➤ Plus de détails sur www.patrimoine-vivant.com

La French Lab

Lancée en octobre 2017 par Bruno Le Maire, la French Lab avait pour objectif d'unir sous un même étendard les industriels français afin d'accélérer la transformation de l'industrie et d'en incarner le futur prospère. Autres missions, booster l'attractivité des métiers et faire rayonner l'excellence de notre industrie à l'international. Pour accéder à ce label, les entreprises intéressées (industrielles ou de services) doivent être installées sur le territoire national et produire en France. Elles doivent être ouvertes aux évolutions du digital, des nouvelles technologies et de l'économie verte ; être solidaires entre elles et s'engager à croître, innover, se développer à l'étranger ; et bien sûr s'engager à créer de l'emploi.

➤ Plus de détails sur www.lafrenchlab.com

Label Origine France Garantie

Créé en 2010, le label Origine France Garantie concerne l'ensemble des professions et toutes les catégories de produits. Sa spécificité est d'indiquer une origine de produit plus précise et plus efficace que sa consœur « Made in France ». Soumis à une adhésion et à un audit annuel avec numéro unique de certification, il s'appuie sur 2 critères principaux : 50% du prix unitaire de revient du produit doit être acquis en France. 100% de ses « caractéristiques essentielles » (définies par un collège d'experts sectoriel), doivent être françaises.

➤ Plus de détails sur www.originefrancegarantie.fr

La Frenchprint

Créée en 2016 par l'UNIIC et l'IDEP pour présenter tout ce qui contribue à l'excellence et à la spécificité de l'imprimerie française, la Frenchprint réunit des initiatives d'excellence. Ambition : valoriser les atouts et donner une visibilité internationale à la filière graphique, afin de mettre en avant les imprimeurs français et leurs partenaires au travers de leurs pratiques vertueuses. Le message est simple : Imprimez en France !

Imprim’Luxe / La France imprime sa marque

Issue d’un appel à projet du Ministère de l’Économie auprès de l’UNIIC -le syndicat de la profession-, l’association Imprim’Luxe regroupe les entreprises leaders du secteur de la communication imprimée. Imprimeurs, fabricants de packaging, d’étiquettes, de ruban, fournisseurs d’équipements, producteurs et distributeurs de papier et de carton, structures de conseil et d’enseignement supérieur,... l’ensemble de l’écosystème est rassemblé dans cette structure associative qui s’autofinance par le biais de la cotisation de ses adhérents. Imprim’Luxe poursuit les objectifs suivants :

- valoriser les prestations de ses membres en mettant à leur disposition un label de qualité dont ils peuvent se prévaloir
- favoriser le retour en France de productions trop longtemps exécutées à l’étranger
- inciter à engager des actions RSE et accompagner chacun dans la cette démarche
- être un facilitateur et un promoteur de l’innovation dans les métiers de l’imprimerie
- accompagner des actions à l’export de membres au savoir-faire d’exception

Le label Imprim’Luxe est devenu une référence incontestable, souvent citée par les grandes marques comme un critère de choix dans leurs passations de marchés et leurs arbitrages entre fournisseurs.

Interview



**Thierry Fayand
(Legrand SGM)**

Parmi les participants présents à la soirée des 10 ans, nous avons rencontré Thierry Fayand, dirigeant d'une entreprise labellisée Imprim'Luxe « créatrice d'états de surface depuis 1936 ». Intrigué par cette base-line, nous avons voulu en savoir plus...

I.L. *Que fait exactement votre entreprise ?*

T.F. Nous traitons de multiples surfaces : toutes les essences de bois, les métaux, des plastiques, pierres, le cuir ou le jean, etc. de façon mécanique pour en transformer l'aspect visuel, modifier leurs propriétés de surface sans altérer leur structure. Un mot vient naturellement à l'esprit, le sablage. C'est avec le sablage que tout a commencé pour Legrand SGM, mais aujourd'hui nous faisons beaucoup plus que ça : grenailage, microbillage, corindonnage, aéro-gommage et marquage, caractérisent nos activités !

I.L. *On est assez loin de l'impression classique ?*

T.F. Oui et non ; certes nous ne travaillons ni le papier ni le carton, mais nous avons été par exemple les premiers à faire du grenailage sur verre, sablage sur bois pour en faire ressortir les veines, ou sur marbre pour faire apparaître des éléments insoupçonnables. Nos opérateurs sont fiers de sublimer les matières sur lesquelles ils travaillent et les décorateurs sont friands des résultats obtenus.

I'L. *Le secteur de la décoration est important pour vous ?*

T.F. En fait, nous avons deux types de clients : les industriels et les décorateurs. Si les premiers ont tendance à ralentir leurs commandes en cette période, le milieu de la décoration, lui, progresse chaque année ; nous collaborons avec de grands designers et architectes d'intérieurs et notre travail se retrouve par exemple dans les points de vente des plus grandes marques de luxe, comme à Lyon où nous avons réinterprété sur du bois le motif de brocatelle, étoffe tissée, déteintée puis retissée selon la méthode Jacquard traditionnelle.

I'L. Vos savoir-faire invitent à la créativité ?

T.F. Tout à fait, nos traitements par impact, micro-sablage, grenailage ou microbillage, offrent de multiples possibilités : finition satinée sur inox, dépolissage ou gravure du verre, valorisation d'essences de bois, création de dessins géométriques ou rajeunissement de motifs. Avec l'aide de notre service graphique, nous créons et gravons des décors à la demande sur toute surface : inox, aluminium, pierre, carrelage, résines, matières plastiques, verre, bois, corian, ou encore tissus et cuirs... ! Notre volonté est avant tout d'aider les designers à transposer leurs créations sur la matière de leur choix, pour cela nous avons développé les compétences pour les accompagner.

I'L. Et quid de l'arrivée des nouvelles technologies ?

T.F. Dans nos métiers la part de l'humain est prépondérante et je pense qu'elle le restera. Bien sûr, l'IA nous aidera à être plus efficace et l'utilisation du laser ou de logiciels sophistiqués permet d'optimiser certains travaux. Mais ce sont nos collaborateurs, « révélateurs de matière » - certains sont là depuis plus de 20 ans - qui font la différence ; on nous les envie !

I'L. Et vous aviez besoin du label Imprim'Luxe ?

T.F. Nous avons surtout besoin des rencontres que permet Imprim'Luxe, besoin de l'atmosphère d'excellence entretenue par l'association, besoin de nous frotter à des entrepreneurs qui ont une même vision que la nôtre, faite de créativité et de transmission. Nous ne sommes pas encore assez connus, on ne sait pas l'étendue de nos possibilités dans la conception bien sûr, mais aussi dans les services très « terre à terre » que nous pouvons proposer aux imprimeurs : par exemple, décapage, désencrage, désencrassement des machines permettant de prolonger les équipements...

I'L. A quand une réunion de présentation Imprim'Luxe ?

T.F. Donnez-nous une date, nous sommes prêts !