

# (I) L24)

JUIN  
2024

## Imprim'Luxe & Vous



*Il y a 10 ans, Pierre Ballet nous a convaincus de l'accompagner dans un voyage extraordinaire. Nous avons franchi des étapes, surmonté des défis et construit ensemble une communauté. Aujourd'hui, nous sommes fiers du chemin parcouru et de constater que le label Imprim'luxe a une vraie légitimité.*

Mais nous ne pouvons pas nous reposer sur nos lauriers. Nouvelle étape, nouveaux défis : le monde change et le constat fait en vous écoutant est clair. Un nouveau chemin s'ouvre à nous, il exige toute notre attention et notre engagement :

- **les donneurs d'ordre sont notre priorité.** Nous devons renforcer nos liens avec eux. Mettons en avant l'excellence de notre industrie, notre savoir-faire unique et notre engagement vers la qualité. A nous de montrer pourquoi choisir l'impression en France, c'est opter pour la qualité, la créativité, et le savoir-faire.
- **entraide entre les membres.** Notre force réside dans notre communauté. Encourageons la collaboration, le partage de nos astuces et de nos meilleures pratiques. Profitons de nos rencontres et des visites d'usines. Ensemble nous sommes plus forts.
- **appréhender les codes du luxe.** Pour nos labellisés, comprendre les subtilités du marché du luxe est essentiel. Comprendre comment les grands défis, la protection de notre environnement, le sociétal, et l'évolution technologique impacteront les besoins des consommateurs, clients de nos clients.
- **créer un écosystème et une communauté** avec notre environnement, nos clients, nos partenaires, nos experts. Les réseaux sociaux sont un outil puissant. Utilisons-les pour créer une communauté engagée. Partageons notre expertise, et notre histoire. Impliquons nos donneurs d'ordre dans nos aventures.
- **attirer des talents.** Pour continuer à briller, nous devons attirer les meilleurs talents. L'IPC a estimé que notre industrie devrait renouveler 40% de ses effectifs d'ici à 2030. Faisons rayonner notre industrie, montrons qu'elle est dynamique, innovante et porteuse d'avenir.

Merci à chacun d'entre vous pour votre engagement et votre passion. Ensemble, continuons à écrire l'histoire d'Imprim'Luxe.

*Alban Pingéot, Président*

Nouvelle  
étape,  
nouveaux  
défis

*Pierre Ballet, qui a fondé l'association il y a une dizaine d'années, devient président d'honneur et continuera à s'investir dans le développement de l'association auprès d'Alban Pingéot.*

Événement



# Présentation de la stratégie Imprim'Lux





**Jeudi 16 mai dernier**, Alban Pingéot, nouveau président d'Imprim'Luxe, a dévoilé la stratégie de l'association pour les années à venir au cours d'un cocktail organisé à l'Hôtel de l'Industrie, place St Germain des Prés à Paris.

Une quarantaine de labellisés et partenaires était présent : « *Imprim'Luxe, c'est 44 entreprises labellisées et 19 partenaires, un budget de quelque 200 000 euros et 2 000 abonnés sur le réseau LinkedIn, rappelait Alban Pingéot. C'est bien mais nous devons aller plus loin ; au-delà du dîner de gala, il nous faut organiser un événement annuel marquant où l'on puisse inviter les donneurs d'ordre à l'échelon opérationnel -responsables RSE, Qualité, Achats, Fabrication, etc. Une journée d'échanges avec des tables rondes et des retours d'expériences., le but étant de favoriser les rencontres autour d'un café et d'un buffet pour créer du lien. D'autre part une journée « partenaires » sera organisée courant novembre. Ce sera l'occasion pour chacun d'entre eux de de présenter les innovations technologiques et environnementales »*

Autres projets évoqués, la mise en valeur de l'excellence via des **Awards Imprim'Luxe** remis lors de la soirée de gala et la refonte de la stratégie de visibilité sur les réseaux sociaux. Le président a enfin insisté sur sa volonté d'élargir le réseau Imprim'Luxe aux métiers de l'impression multi-matériaux afin, notamment, de faciliter les passerelles avec la sous-traitance dans le domaine du luxe. Afin d'y parvenir, il compte sur l'engagement de tous les membres de l'association pour parrainer de nouveaux candidats.

Événement



THIBAUT BERGERON  
*Créateur d'emballages depuis 1890*

# Vendredi 28 juin, visite de l'entreprise Thibault-Bergeron

Un grand merci à Franz Thibault pour son invitation à visiter les installations de l'entreprise Thibault-Bergeron. Créateur d'emballages depuis 1890, Thibault-Bergeron propose désormais, en plus de la chocolaterie et la confiserie, des emballages de qualité pour les spiritueux la cosmétique ou l'épicerie fine. Comme à l'habitude nous nous retrouverons pour dîner la veille dans un restaurant dont le nom vous sera bientôt communiqué.

Pour ceux qui veulent profiter du week-end dans cette région magnifique de la Bretagne sud, sachez que l'entreprise se trouve à mi-chemin entre La Baule et Carnac, à 56190 Muzillac (02 97 26 29 26). Étant donné le début de la période estivale, nous vous recommandons fortement de réserver au plus vite votre chambre à l'hôtel Albatros, 1 bd de l'Océan, 56750 Damgan.

> <https://www.hotel-albatros-damgan.com>



RENCONTRE



### DRUPA 2024

Bel échange entre Cai Von Rumohr, Président Heidelberg France, et Alban Pingéot, président d'Imprim'Lux. Une volonté commune, valoriser le savoir-faire de notre industrie et soutenir les acteurs du luxe français.

Heidelberg participait à la Drupa 2024 à Düsseldorf, comme d'autres membres de l'association : Antalis, Eco 3, Esko, Gallus, KBA, Komori, Konica-Minolta, Kurz, MGI Tecnotrans.

Alban Pingéot s'est joint à la délégation française (plus de 120 entreprises) organisée par l'Uniiic du 28 mai au 7 juin pour représenter Imprim'Lux. Notre prochaine newsletter fera un point détaillé sur cette dernière édition.



### LUXE PACK Paris

Le Salon Luxe Pack Paris dédié aux emballages premium durables s'est déroulé les 4 et 5 juin au Carreau du Temple à Paris. Il a réuni plus de 100 exposants dont 5 membres d'Imprim'Lux ; Antalis, Innesens, Kurz, Mpo, et Papeteries de Montségur. Le Salon a accueilli plus de 2000 visiteurs, et au dire de tous les exposants a été un grand succès. Il a donné l'occasion de croiser plusieurs membres d'Imprim'Lux venus en visiteurs

# Stratégie...

## La raison d'être d'Imprim'Luxe

Rappelée par le président de l'association, la mission d'Imprim-Luxe est de fédérer, autour d'un label d'excellence, les industriels français fabricants et imprimeurs de supports multi-matériaux qui partagent la même passion pour l'excellence, et le même désir de promouvoir leur savoir-faire auprès des marques prestigieuses du luxe et du premium.

# Rappel des nouveaux axes de travail

Mettre en avant l'excellence de notre industrie :

1. En créant un évènement (marqueur) annuel : « **Les Rencontres Imprim'Luxe** ». Objectif, échanger autour des défis majeurs auxquels notre industrie est confrontée/faire partager des retours d'expérience et valoriser nos savoir-faire /créer du lien entre membres et donneurs d'ordre / capter de nouvelles sources de financement pour Imprim'Luxe.
2. En créant les « **Awards Imprim'Luxe** » à l'occasion du diner de Gala autour des réalisations « clients »
3. En refondant notre **stratégie réseaux sociaux** pour capter l'attention des managers opérationnels/constituer une base de données « donneurs d'ordre » et circulariser nos informations et newsletter.

# Favoriser la coopération entre membres

Nos membres sont nos meilleurs ambassadeurs : facilitons les contacts entre labellisés et donneurs d'ordre, aidons les labellisés à mieux appréhender les codes du luxe

1. Elargissons notre association aux métiers de l'**impression multi-matériaux**/facilitons les passerelles « sous-traitance luxe ».
2. Créons une « **Journée partenaires** » : présentation des innovations technologiques et environnementales
3. Organisons un **événement trimestriel** : visite d'usine/cocktail à thème

# Repenser le fonctionnement des différents organes

- Le CA se compose de 12 membres. Réfléchir au renouvellement des administrateurs.
- Revoir le fonctionnement des différents organes : membres / rôle / fréquence des réunions.
- Mettre sur pied des commissions : « Les Rencontres Imprim'Luxe » composée de 5 personnes.  
« Communication » composée de 3 personnes.



# Interview

**Patrice Charpentier**

Directeur France  
de The Navigator Company

**P**atrice Charpentier, vous êtes Directeur France de The Navigator Company, l'un des leaders mondiaux du papier. D'où vient le nom de l'entreprise ?

D'abord connue sous le nom de Companhia Portuguesa de Celulose, puis de Grupo Portucel Soporcel, l'entreprise a souhaité - au fil de son expansion - se doter d'une identité plus internationale. En choisissant de s'appeler The Navigator Company, elle a repris le nom de sa principale marque de papier, première marque bureautique premium dans le monde. Un nom qui rend hommage à ses racines portugaises et aux grands navigateurs qui ont créé la légende que chacun connaît.

**Vous êtes l'un des principaux fabricants mondiaux de pâte kraft d'Eucalyptus blanchie (BEKP) et de papier non couché sans bois (UWF). Expliquez-nous...**

Avec une capacité de 1.600 000 tonnes de papier/an, nous sommes effectivement le leader européen de la production de papier non-couché sans bois ; idem pour

la pâte à papier d'Eucalyptus. Nos deux marques premium majeures, bien connues dans le monde de la bureautique et de l'industrie graphique, sont Navigator\* et Soporset. L'entreprise est également très présente sur le marché de l'emballage avec gKraft, solution intelligente disposant d'un haut potentiel de recyclage. Nous commercialisons nos produits dans 130 pays.

**Et tout cela avec à la base de l'Eucalyptus ?**

Il existe plus de 600 sortes d'Eucalyptus dans le monde. Nous utilisons l'Eucalyptus globulus, une essence dont la fibre possède des caractéristiques physiques extraordinaires en termes de main et de rigidité, notamment. De plus, pour produire une tonne de papier, on utilise 46% de bois de moins qu'avec du pin ! L'Eucalyptus met 12 ans pour arriver à maturité et il a ceci de particulier que lorsqu'on le coupe, il repousse sur sa souche !

**Vous gérez vous-mêmes des forêts ?**

L'entreprise gère 108 000 ha de forêts au Portugal. Nos parcelles sont réparties de façon à garantir la biodiversité par la cohabitation, notamment, des espèces comme le pin maritime et le chêne-liège (dont le Portugal est le premier pays producteur). Nous développons également des plantations au Mozambique sur la base de terrains en friche. Nos méthodes sont reconnues et distinguées via les certifications et labels FSC, PEFC, l'Ecolabel européen, ISO 9001, ISO 14001, etc.

### **Vos clients aussi sont très diversifiés ?**

Oui, nous nous adressons aussi bien à des distributeurs de papier, des transformateurs, des éditeurs, des fabricants d'enveloppes, qu'à des fabricants de sacs ou des spécialistes du packaging. Nous proposons une philosophie unique faite de qualité, d'efficacité, de sécurité et de rigueur, qui s'appuie sur un concept qui fait notre succès : la régularité qualitative dans le segment premium.

### **Vous êtes particulièrement avancés en termes de démarche RSE, vous pouvez nous en dire quelques mots ?**

C'est exact, nous investissons beaucoup - et depuis longtemps - dans la RSE ; ces cinq dernières années nous avons diminué notre empreinte carbone de 41% et nous souhaitons atteindre la neutralité dès 2035, soit avec 15 ans d'avance sur ce qui a été décidé en Europe. Nous agissons conformément à un ensemble de principes et de règles de gestion responsable, qui concilient les préoccupations environnementales, sociales et commerciales. Ainsi nous plantons 12 millions d'arbres chaque année, autant de puits de carbone qui absorbent plusieurs fois l'équivalent de nos émissions. 81% de l'énergie que nous utilisons provient de sources renouvelables issues majoritairement de la biomasse. Et l'ensemble de nos sites est équipé de panneaux solaires : nous produisons non seulement l'énergie dont nous avons besoin mais nous en revendons aussi une partie !

### **Comment intégrez-vous cette démarche dans le quotidien de The Navigator Company ?**

Nos projets reflètent l'engagement de l'entreprise pour un avenir de plus en plus durable et nos 3 300 salariés, particulièrement impliqués, sont au fait des efforts que nous

menons puisqu'ils en sont partie-prenante. Ensemble, nous considérons que le respect de l'environnement est à la fois un atout pour la planète, pour l'homme et pour les relations commerciales.

### **Vous êtes plutôt optimiste sur l'avenir de votre entreprise**

Nous croyons en notre façon de gérer, avec une vision de long terme adossée à des valeurs éthiques. Nos fondamentaux et notre leadership sont solides, et nous nous développons sur des marchés porteurs, je pense par exemple à nos produits hygiène ou à tout ce que l'on peut apporter pour remplacer le plastique. Le monde du packaging évolue lui aussi très vite et nous pénétrons constamment de nouveaux marchés. Il y a beaucoup à faire, à construire, à innover. Donc oui, ces différentes perspectives me rendent optimiste. Comme l'énonce notre manifeste, nous nous demandons chaque jour ce que nous pouvons faire pour créer un monde meilleur.

### **Belle ambition pour une entreprise dont l'aura sur le marché est reconnue. Cependant vous avez souhaité faire partie de la famille Imprim'Luxe ?**

Effectivement. Dans Imprim'Luxe, il y a les mots « Imprim » et « Luxe », deux vocables qui nous parlent particulièrement ! Nous étions faits pour nous rencontrer ; nous aurions d'ailleurs pu le faire depuis longtemps.

### **Qu'attendez-vous de votre adhésion ?**

Premiers objectifs, profiter de rencontres et d'échanges avec nos pairs en nouant des contacts avec les adhérents de l'association. Je crois beaucoup au partage d'idées et de compétences, nous avons tous ensemble des

cartes à jouer. Peut-être cela aboutira-t-il à la réalisation de travaux en commun ? Et puis il y a le label Imprim’Luxe ; il est important pour nous de pouvoir le revendiquer et l’utiliser.

### **Comment êtes-vous entré en contact avec l’association ?**

J’entendais parler depuis longtemps d’Imprim’Luxe via la presse spécialisée, j’ai décidé de prendre contact avec Pierre Ballet. Nous nous sommes tout de suite bien compris et bien entendus ; nous avons une vision commune en termes de qualité, d’exigence, et de relocalisation. À ce sujet, il est quand même regrettable de voir des travaux d’édition « made in China » continuer de proliférer !

### **Un dernier mot pour terminer ?**

Peut-être conclure sur la notion que nous avons sans doute en commun avec les partenaires et labellisés Imprim’Luxe : « la régularité qualitative premium ». Nos clients savent pouvoir s’appuyer sur un savoir-faire exigeant, fiable, dans lequel la variabilité n’a pas sa place.

*\* Soporset Premium, papier non-couché sans bois de qualité exceptionnelle, est réputé pour répondre aux normes les plus exigeantes. Il est idéal tant pour les impressions laser que pour les impressions offset. Navigator, papier de haute blancheur est la référence premium la plus vendue au monde. Il est reconnu comme étant l’un des tout meilleurs papiers de bureau.*

**> [thenavigatorcompany.com](http://thenavigatorcompany.com)**

**Renseignements / Contact** : Alban Pingeot - [a.pingeot@imprim-luxe.fr](mailto:a.pingeot@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)