



**CHARTRE ORGANISATIONNELLE et DEONTOLOGIQUE**

*Association* « **Imprim'Luxe** ® »

# SOMMAIRE

## Les fondamentaux

## Organisationnel

- L'association
- La procédure de labellisation
- Le site web
- Le fonctionnement

## Déontologie

- Engagement professionnel
- Ethique
- Conflits d'intérêts
- Relation Client
- Démarches « qualité » et « RSE »
- Confidentialité

## Annexes

- Le cahier des charges
- Le barème des cotisations
- Clause de confidentialité vs audit de qualification et de renouvellement
- Statuts

# Les fondamentaux

## **Imprim'Luxe , *la France imprime sa marque***

Secteur florissant malgré une situation économique mondiale incertaine, le luxe est une valeur sûre, stratégique, qui contribue puissamment au dynamisme de nos exportations. Les marques de luxe françaises réalisent plus de 80 % de leur CA à l'étranger et revendiquent une place dominante sur le marché mondial.

## **Valoriser notre filière nationale**

Cependant nos acteurs, industriels, imprimeurs, façonniers, artisans -aussi talentueux soient-ils- ne profitent pas autant qu'on pourrait l'espérer de cette tendance.

Notre objectif est simple mais ambitieux : fédérer autour d'un label d'excellence, les industriels français fabricants et imprimeurs qui partagent la même passion pour l'excellence, et le même désir de promouvoir leur savoir-faire auprès des marques du luxe et du premium. L'objectif final étant de **relocaliser et exporter** notre savoir-faire.

**Imprim'Luxe est un projet B to B qui doit permettre aux labellisés de trouver de nouvelles sources de « business ».**

## **Un nouveau label créé en 2013**

L'UNIC et le Ministère du Redressement Productif -par le biais de la DGCIS (Direction générale de la compétitivité de l'industrie et des services)- ont décidé de réagir et d'aider la profession à (re)conquérir des marchés, à en capter de nouveaux, à exporter plus et mieux. Comment ? En créant et en promouvant un label -Imprim'Luxe- marque d'expertise, de disponibilité, d'excellence.

## **Un service très haut de gamme**

Sélectionnés et qualifiés par un collège d'experts (conseil d'administration), les professionnels labellisés Imprim'Luxe s'engagent à apporter aux donneurs d'ordre du secteur du luxe :

- **une offre premium** (conseil, prestations, réactivité, prix) **globale ou spécialisée**
- **une approche sophistiquée du service** (disponibilité, compréhension, contrôle)
- **un niveau d'exigence élevé** (qualité du résultat, délais, innovation)
- **une maîtrise des coûts** (compétitivité, partage des gains de productivité)

## Un site web orienté donneurs d'ordre

Notre site web met à la disposition des donneurs d'ordre:

- un **contact direct** avec un expert conseil en production haut de gamme
- l'accès à un éventail de **professionnels premium**, labellisés Imprim'Luxe
- des **liens exclusifs avec des acteurs** publics / privés issus de l'industrie, de la recherche ou de l'enseignement
- la possibilité de **former leurs équipes** à la fabrication haut de gamme
- des échanges avec des spécialistes de la **communication Luxe**
- **traçabilité** des productions et lutte envers la **contrefaçon**

## Une certaine idée de l'excellence pour les 3 segments du Luxe

Les cibles produits / marchés correspondent aux 3 segments du marché du luxe :

### **L'ultra luxe**

Lié à la tradition, il a des origines culturelles et artistiques ; c'est un marché d'initiés...un mythe !

### **Le luxe ou le prestige**

Un style de vie « people », un concentré d'évènements, un produit élitiste....un rêve enfin atteint !

### **Le premium**

Un produit de qualité, un concentré de performances.....un luxe rationnel au quotidien !

## .....et une belle histoire à raconter

- Nous, artisans et industriels de la filière impression, avons accompagné les plus grandes maisons du Luxe depuis leurs créations
- Notre « richesse créative » est reconnue dans le monde entier
- Nous avons contribué à l'embellissement des communications imprimées et des produits du marché du Luxe
- Nous sommes les héritiers d'un savoir et nous avons un devoir de mémoire envers les artisans du Luxe

**Nous devons continuer cette « belle histoire » en valorisant nos offres et en les optimisant pour que le « made in France » ne soit pas qu'un faire-valoir mais une réalité économique concurrentielle et pertinente aux yeux de nos clients et donneurs d'ordre**

# 1. Organisationnel

## 1.1 *L'association*

Les membres (labellisés – d'honneur – partenaires) sont regroupés au sein d'une association Loi 1901 à but non lucratif.

## 1.2 *La procédure de labellisation*

### **a) Entretiens individuels de qualification**

- Questionnaire de pré-qualification à retourner par le candidat
- Les entretiens individuels sont réalisés par le président d'Imprim'Luxe avec comme support le « cahier des charges ».
- Ils se réalisent avec un compte rendu et une recommandation au conseil d'administration.
- Les entretiens sont organisés selon un découpage par zone géographique et par métier

### **b) Validation par le Conseil d'administration**

- Le conseil d'administration est seul habilité à statuer sur l'agrément du label professionnel Imprim'Luxe et ce en s'appuyant sur le rapport du président (compte rendu et exemples de production)
- Il se réunit une fois par trimestre

### **c) Signature de la charte et adhésion à l'association Imprim'Luxe**

- Le candidat coopté signe et accepte les conditions de la charte organisationnelle et déontologique.
- Il adhère à l'association Imprim'Luxe : signature des statuts et s'acquitte du paiement des cotisations. En cas de non renouvellement du label Imprim'Luxe, il n'est plus membre de l'association.
- Si le membre souhaite quitter l'association, il devra en prévenir son président par écrit dans un délai de 3 mois avant son départ.
- Il s'engagera à payer sa cotisation pour toute année engagée.

### **d) Remise du certificat « annuel »**

- Le candidat est alors membre à part entière de l'association et il reçoit un certificat ad hoc
- Le certificat mentionne les catégories suivantes

- Membre partenaire : Millésime et No d'attestation
- Membre labellisé : Millésime et No d'attestation
- Il est référencé et identifié dans le site web Imprim'Luxe
- le label est octroyé pour une période d'un an à compter de la signification du conseil d'administration et de la remise d'un certificat mentionnant la date d'agrément, le millésime et le numéro d'attestation.

### **e) Procédure de renouvellement et validité**

Le renouvellement est automatique pour une durée de 3 ans. A la fin de cette période un entretien est réalisé par le président d'Imprim'luxe avec le labellisé.

- Une méthode d'évaluation permet de renouveler (ou non) le label
  - L'entretien est réalisé par le président qui transmet au conseil d'administration d'Imprim'Luxe son compte rendu.
  - Les donneurs d'ordre sont sollicités pour évaluer leurs retours
- Le conseil d'administration est seul habilité à accorder ou non ce renouvellement
- Dans le cas d'un accord, le label est renouvelé pour une période de 3 ans à compter de la signification du conseil d'administration et de la remise d'un certificat mentionnant la date d'agrément, le millésime et le numéro d'attestation.

### **c) Champs d'utilisation du label**

Seules les entreprises artisanales et industrielles de la filière sont éligibles pour obtenir le label Imprim'Luxe ; les entreprises dédiées à l'achat et la revente (plateformes, agences...) ne peuvent utiliser ce label tant dans leur communication que dans le marquage des produits finis (à l'exception de ceux réalisés par un labellisé).

### **d) Nombre maximum de labellisés**

**Le nombre maximum de labellisés est fixé à 50 entreprises. Celui des partenaires à 25 Le conseil d'administration est seul habilité à en modifier le quota.**

## *1.3 Le site web*

### **a) Un accès à une base de données « labellisés » et « partenaires »**

Tous les métiers de la filière sont représentés ; du pré-pressé à la finition et du « labour » au « packaging ».

## 1.4 *L'offre et le label*

### a) **Offre globale**

Les entreprises identifiées « offre globale » garantissent que l'ensemble de la chaîne de production concernée est labellisée Imprim'Luxe. Ces entreprises sont donc « maître d'œuvre » et les différentes productions sont soit internalisées soit sous-traitées chez des adhérents labellisés.

### b) **Offre personnalisée**

Les donneurs d'ordre ont accès au travers du moteur de recherche aux entreprises labellisées proposant des prestations identifiées et non globales.

### c) **Label et donneurs d'ordre : signature**

Le donneur d'ordre pourra, s'il en fait la demande, imprimer le label Imprim'Luxe sur ses produits finaux si et seulement si ils sont imprimés par un fournisseur labellisé.

## 1.5 *Le fonctionnement*

### **Une totale indépendance des labellisés et des experts**

#### **- Administration de la zone dédiée dans le site web**

Tout labellisé ou expert ayant reçu l'agrément du conseil d'administration recevra « un cahier de procédure » lui permettant d'administrer la zone qui lui sera allouée : présentation de la société, marketing de l'offre, promotion.....

#### **- La consultation et le négoce**

Les liens avec les donneurs d'ordre seront confidentiels tant dans les consultations que dans les réalisations des travaux confiés à des labellisés. L'association ne pourra en aucun cas accéder à ces informations et aucun reporting ne pourra être imposé aux labellisés hors la procédure de renouvellement (volume d'affaires généré grâce au label: auto déclaratif)

### a) **Une fertilisation entre les labellisés et experts**

Les labellisés auront pour mission de « favoriser » le choix d'un prestataire adhérent de l'association si un donneur d'ordre questionne un labellisé sur une prestation qu'il ne peut honorer du fait de son parc matériel. Il conseillera dans ce cas le choix d'un prestataire labellisé ou proposera une solution globale en associant ce même prestataire.

De même, le conseil ou expert aura pour obligation de proposer un ou plusieurs labellisés en fonction des demandes techniques des donneur d'ordre.

## **b) Une matérialisation de la relation client-fournisseur**

Tous les membres de l'association ont pour mission de rendre « visible » le contact (téléphone direct, mobile, adresse mel...) de leurs interlocuteurs. La matérialisation ou la re-matérialisation de la relation client-fournisseur étant fondamentale pour le projet.

## **c) Actions de communication**

Un plan d'action est élaboré par le président et validé par le conseil d'administration en fonction du budget prévisionnel et plus particulièrement :

- Lettre d'information newsletter
- Présence sur les salons de référence
- Organisation de « petits déjeuners et/ou cocktail » selon des thématiques, et en collaboration avec des fournisseurs de la filière ainsi que de donneurs d'ordre (dont financement)

# 2. Déontologie

## **« LES PRINCIPES DE COMPORTEMENT : UN PROJET COLLECTIF »**

### *2.1 Engagement professionnel*

Chaque membre labellisé ou partenaire et chaque expert mettent en œuvre leurs compétences professionnelles au meilleur niveau possible et contribuent au respect des principes d'action et de fonctionnement de l'association Imprim'Luxe dans un esprit de solidarité.

### *2.2 Ethique*

Chaque membre ou expert s'engage à respecter les règles d'éthique dans ses relations (interne et externe), les valeurs de loyauté et d'honnêteté dans les règles de transparence vis-à-vis des autres membres ou experts et vis-à-vis des tiers.

### *2.3 Conflits d'intérêts*

Chaque membre actif doit éviter toute situation de conflit pouvant nuire à la pérennité de l'association Imprim'Luxe, y compris le respect d'une concurrence loyale hors du périmètre de l'association Imprim'Luxe. Tout litige sera soumis au conseil d'administration qui aura tout pouvoir pour faciliter un arbitrage et éventuellement sanctionner par une exclusion du ou des membres concernés (cf statuts).

