

Edito

La Lettre Imprim'Luxe, Mars 2025



”

« Avant une marque disait quelque chose et tout le monde la croyait. Aujourd'hui ce qui compte c'est ce que les gens disent de vous »

Accompagné de Pierre-François Le Louët, président de NellyRody et co-président de l'Union Française des Industries de la Mode, c'est par ces mots qu'Eric Vallat, directeur général de Rémy-Cointreau, a introduit son intervention à notre soirée de gala.

Ils ont aussi pointé du doigt le temps long « *Dans le luxe, nous essayons d'avoir une vision à 100 ans... C'est un rapport au temps particulier, c'est aussi pourquoi les questions sociétales et environnementales sont d'une très grande importance sur une si longue période* ».

Cette prise de hauteur résonne pleinement avec notre mission : faire de notre association un espace d'échange et de réflexion, où se dessinent les contours de l'excellence de demain. Un espace où les idées circulent et où des ponts se construisent entre nous. C'est dans cet esprit que j'ai le plaisir de vous convier à notre nouveau « **Forum du Print et du Packaging** », qui se tiendra le 21 mai 2025 à l'Hôtel de l'Industrie.

Cette journée sera rythmée par de nombreuses tables rondes et interventions, avec un moment d'exception : la présence de **Madame Mercedes Erra**, présidente et fondatrice du groupe BETC, qui nous fera l'honneur de partager sa vision. Nous vous attendons nombreux pour poursuivre ces échanges et construire ensemble un avenir d'excellence.

Alban Pingeot, Président

Retour sur le Dîner de Gala Imprim'Luxe

Mardi 28 janvier 2025



Lors de notre soirée de gala du 28 janvier, **Éric Vallat** (Rémy Cointreau) et **Pierre-François Le Louët** (NellyRodi) ont partagé une vision forte : aujourd'hui, une marque ne se définit plus seulement par ce qu'elle dit d'elle-même, mais par ce que les autres en perçoivent.

Cette réflexion s'est enrichie d'une dimension humaine et solidaire avec la présence de l'association **Lazare**. Leur engagement en faveur des sans-abris nous rappelle que l'excellence ne peut se limiter à la seule performance économique : « Sans liens concrets entre des univers tenus éloignés, nous manquons d'un véritable ciment social. Plus encore, nous passons à côté du véritable sens de l'excellence. »



Salon Paris Packaging Week

28-29 janvier 2025



Une fois encore Imprim'luxe était présent sur le salon PPW. Celui-ci a été un succès pour tous ses membres exposants avec un record de participants (+30% vs 2024). À l'occasion de notre Dîner de Gala nous avons co-célébrer les Futur leaders sélectionnés par notre partenaire Easyfairs.

Interview

Jean-Christophe Martinenq Dirigeant de l'Imprimerie Martinenq



Imprim'Luxe : Bonjour Jean-Christophe, vous avez repris les rênes de l'entreprise en 2010. Pouvez-vous nous présenter l'évolution de l'entreprise Martinenq jusqu'à cette date ?

JC : L'entreprise Martinenq a été créée par mon arrière-grand-père en 1922.

À l'époque, il n'était pas imprimeur mais relieur-brocheur, spécialisé dans le façonnage. Avec la Seconde Guerre mondiale, l'activité connaît des difficultés, mais est préservée. L'entreprise était alors située dans le Marais, à Paris.

Après la guerre, mon grand-père rejoint l'entreprise et prend la décision d'installer une imprimerie à la fin des années 1940. L'entreprise reste dans le Marais jusqu'en 1971, avant de déménager à Ivry-sur-Seine pour s'adapter à un modèle plus industriel. Là, elle connaît une expansion significative, passant d'une quinzaine à plus d'une centaine de salariés. Mon père prend alors la succession de mon grand-père, qui attend mon entrée dans l'entreprise pour se retirer. En 1993, à la sortie de mes études, j'intègre l'entreprise.



Mon père me confie rapidement des responsabilités, notamment la mise en place de la certification ISO 9002.

Je passe alors par toutes les étapes dans l'entreprise, des achats à la fabrication, mais aussi au commerce afin d'avoir une vision globale des processus de l'entreprise Martinenq.

IL : Se réinventer, ça veut dire quoi pour vous ?

JC : Le 1er janvier 2010, je prends officiellement la direction de Martinenq, en pleine crise des subprimes dans un contexte économique difficile. Nous avons enregistré une baisse de 35 % du chiffre d'affaires en un an, liée purement et simplement à la crise économique dans laquelle on entrait.

À ce moment-là, nous ne travaillions plus tellement pour des Philips, des Alcatel, ou encore des Sagem, car ils étaient tous partis à l'Est. Nous n'avions plus vraiment de centre industriel à approvisionner sur de la brochure mode d'emploi qui était un axe fort de notre chiffre d'affaires et de notre activité jusque-là. Nous étions déjà très tournés vers le marché de la cosmétique, de la beauté, du parfums et du luxe, mais nous commençons à percevoir une tendance lourde : la disparition progressive des notices, notamment chez les marques grand public comme L'Oréal, Nivea et Garnier.

Dès le départ, j'ai compris qu'il fallait trouver le moyen de se réinventer parce que nos marchés historiques devenaient fragiles, voire disparaissaient sur certains segments. La prise de conscience fut de réfléchir à comment infléchir les choses de manière différente. Conscient que notre activité était menacée, j'ai pris la décision d'explorer de nouvelles opportunités.



En 2010, 2 à 3% de notre activité était orientée pour la fabrication de supports pour les échantillons de cosmétiques, parfums, etc. C'était très peu notre marché mais malgré tout un marché qui s'adressait à une clientèle qui nous connaissait bien.

L'échantillon était quelque chose qui intéressait moins le marché des cartonniers car ce sont des tout petits produits, compliqués à fabriquer avec peu de valeur ajoutée.

L'idée était d'aller plus loin en proposant une solution innovante : l'assemblage automatisé des échantillons sur leurs supports. Pendant deux ans, nous avons développé une machine capable de réaliser cette opération automatiquement, apportant ainsi une valeur ajoutée unique à l'époque sur le marché. Ce positionnement nous a permis de nous imposer comme un acteur incontournable du packaging d'échantillons, qui représente aujourd'hui 60 % de notre chiffre d'affaires.



IL : Le 28 janvier dernier, Alban Pingot, Président d'Imprim'Luxe vous a remis le trophée de l'Audace stratégique pour avoir, entre autres, osé diversifier votre activité. Comment en êtes-vous venu à ce choix de passer d'imprimeur à conditionneur de parfums ?

JC : L'évolution du marché et les enjeux environnementaux ont continué de redessiner notre activité.

Post-Covid, les priorités sont revenues autour des enjeux RSE des entreprises. Il y a deux ans, nos clients du luxe, Chanel, Clarins, Lancôme, etc, nous annoncent que eux aussi vont d'ici deux ans arrêter de mettre des notices dans leurs packaging. Concrètement, cela signifiait qu'en deux ans, c'était 30 à 40% de notre chiffre d'affaire à compenser, à recréer.

[Lire la suite de l'interview](#)

Actus de nos membres

Les Gallus Wine Label Days

HEIDELBERG

gallus
www.gallus.com



Gallus Wine Label Days – Un événement à ne pas manquer !

Gallus vous invite les **26 et 27 mars prochains** dans son tout nouveau **Centre de Démonstration (Gallus Experience Center)** à Saint-Gall, en Suisse, pour deux journées dédiées aux fabricants d'étiquettes dans les domaines des vins & spiritueux, de la cosmétique et de la santé.

Venez découvrir leur **presse numérique jet d'encre, Gallus One**, dans sa version **hybride**, équipée de plusieurs postes de finition en ligne : **flexographie, sérigraphie, dorure à chaud, gaufrage galbé Pantec RHINO®**, découpe et échenillage. Assistez également à la démonstration de leur nouveau module **MatteJet**, leur dernière innovation permettant d'imprimer en ligne avec un rendu mat.

Leurs partenaires ACTEGA, DecoSystem, Esko, Flint, GEW, HEAFORD, KURZ, Martin Automatic, Pantec RHINO®, PRATI, Steinemann DPE, Tesa et Wink seront également à leurs côtés pour vous faire découvrir leurs dernières innovations.

Ne manquez pas ce rendez-vous incontournable pour explorer les dernières tendances du marché, dynamiser vos projets et élargir votre réseau !

Inscrivez-vous sans plus tarder : [Gallus Wine Label Days 2025](#).

S'inscrire à
l'événement

Regroupement entre les groupe ITF et FIDEVA



Le groupe **Fideva** et **ITF** se rapproche en vue d'une fusion pour accroître leur compétitivité et mieux résister face à la baisse des volumes. L'objectif est aussi de compléter et élargir leur offre commerciale.

Le groupe commun réalisera **30 millions d'euros de chiffre d'affaires** et emploiera **190 personnes**. Face à la baisse des volumes du secteur et à la digitalisation des supports de communication, les dirigeants de ces deux sociétés, ont choisi d'allier leurs forces pour préparer plus sereinement l'avenir. Tous les emplois et les sites de production seront conservés afin de préserver l'ancrage territorial et l'identité de chaque entité.

Webinaire Konica Minolta sur la technologie ALPHAJET

ALPHAJET
unlimited possibilities

**From Analog to Smart Factory:
How ISRA Cards Revolutionised
Their Customer Experiences**

Webinar

On March 20th 2025
Online Webinar
With **Daniel Brunton**,
CEO Brunton Publishing
& **Jean-Pierre Chauvain**,
CEO ISRA Cords

Register Now !

OMBRA VICKERS
Raw Design
ovickers@rawdesign.com | 800.355.0880

Le **20 mars prochain**, Konica Minolta organise un webinaire (**en anglais**) pour présenter leur technologie **ALPHAJET**.

Au programme : les enjeux de la **transformation numérique** au travers

de l'**automatisation**, de la **durabilité** et des nouvelles opportunités dans l'impression, avec le retour d'expérience d'**ISRA Cards**.

Intervenants : Jean-Pierre Chauvin (ISRA Cards), Daniel Brunton (The Packaging Portal), Victor Abergel (MGI) et Hans Huijsing (Konica Minolta).

Ne manquez pas cet échange exclusif !

S'inscrire au
webinaire

Vente d'une machine de pliage-collage Kama Profold 74 par Nortier Emballages



Nortier Emballages met en vente une machine de **pliage-collage Kama Profold 74**.

Cette machine est très polyvalente, pour la réalisation d'étuis carton, mais également pour le métier du brochage, la dépose d'objets, la pose de double face, le rainage et la perforation en ligne.

La machine date de 2022 et est en excellent état.

Pour plus d'information, contacter benoit.boulet@nortier.fr

Webinaire Esko sur leur plateforme Esko S2

WEBINAR

Révolutionnez votre flux Packaging avec Esko S2

Jeudi 27 Mars | 11h00 (CET/Paris)

Inscription →



Le **jeudi 27 mars prochain à 11h**, découvrez comment la **plateforme Esko S2** peut améliorer l'efficacité, la collaboration et l'intégrité des données dans le secteur de l'emballage et des étiquettes.

Les principaux points abordés :

- **Avantages d'une plateforme cloud-native** : simplification du traitement des données, gestion centralisée des fichiers, accessibilité multi-sites.
- Interconnexion des solutions Esko dans le cloud S2 pour **optimiser vos flux de production**.
- Une solution d'avenir, **centralisée, simplifiée, modulable et sécurisée**.

S'inscrire au
webinaire

Agenda

Forum du Print & du Packaging

21 mai 2025

Hôtel de l'Industrie, place Saint-Germain des Près, 75006 Paris

Bloquez la date dans vos agendas et venez nombreux !

Vous assisterez à 3 conférences et à 4 tables rondes dont vous pourrez être acteur et nous faire part de vos retours d'expérience.

Sont invités les marques donneuses d'ordres, les experts marché, et nos confrères.

L'entrée est gratuite pour les membres Imprim'Luxe et les donneurs d'ordre.



Réserver ma place

S'abonner à la Newsletter

Imprim'Luxe | 4, place Saint-Germain-des-Près | 75006 Paris
Alban Pingot [06 08 94 60 65](tel:0608946065) | contact@imprim-luxe.fr | [www.https://www.imprim-luxe.fr/](https://www.imprim-luxe.fr/)