

ALLIANCE ÉTIQUETTES
PRÉSENTE



© M. Ramos

ETINCIA.COM



ETINCIA

© M. Ramos

Page précédente :
VIN NO HAY VIDA SIN PECADO,
Étain argent mat / patine manuelle

COGNAC FERRAND,
Étain cuivre / patine manuelle

À LA CONQUÊTE DES MARCHÉS DU LUXE FRANÇAIS ET INTERNATIONAUX, ETINCIA SIGNE L'EXPERTISE D'ALLIANCE ÉTIQUETTES SUR L'ÉTAIN

Détenteur d'un savoir-faire exclusif adressé aux marques de luxe françaises et internationales, le nouveau pôle étain d'Alliance Étiquettes annonce la naissance de sa marque premium.

Objectifs d'Etincia : incarner et développer des solutions uniques et différenciantes en matière de packaging haut de gamme respectueux de l'environnement.

A L'ORIGINE D'UN SAVOIR-FAIRE EXCLUSIF ...

Etincia est née du rachat des deux leaders mondiaux de l'étiquette en étain, Applic'Etains et Etiqu'Etains, en Dordogne. En reprenant un savoir-faire traditionnel affiné sur trois décennies, Alliance Étiquettes diversifie son offre et fonde, au sein de son groupe, un véritable pôle étain.

Ses solutions de packaging étain s'adressent aux produits d'exception dans les domaines de la parfumerie et des cosmétiques, des vins et spiritueux, de la gastronomie ou de la décoration d'intérieur.

ETINCIA.COM

© M. Ramos



ETINCIA

© M. Ramos

ETINCIA.COM



Page précédente :
CHAMPAGNE DOM PÉRIGNON,
Étain rose métallisé / sérigraphie

PARFUM SOUL OF MY SOUL
Étain doré / patine manuelle

LES REMARQUABLES QUALITÉS DE L'ÉTAÏN...

La manière sans égale dont l'étain capte la lumière a inspiré le nom d'Etincia. Mais l'étincelle qu'elle évoque dans toutes les langues n'est pas son seul atout. Sa pureté, sa noblesse, son toucher unique, son raffinement naturel, sa souplesse, sa recyclabilité, sa résistance à l'eau, sont autant de qualités qui en font un matériau à part.

En apportant du relief et de l'éclat, l'étain façonné par la créativité d'Etincia donne un supplément d'âme aux packagings qui en font le choix.

DE LA PIÈCE UNIQUE À LA GRANDE SÉRIE...

En créant Etincia, Alliance Étiquettes valorise une expertise unique, dédiée au marché du luxe. De la création sur-mesure des moules à la patine à la main ; de la variété des couleurs et volumes au soin des finitions manuelles, le savoir-faire originel a été affiné pour répondre à tous les besoins. Déjouant les difficultés liées à la souplesse de la matière, des process et des machines ont été spécialement conçus et peuvent porter l'artisanat d'art à des échelles industrielles.

UN FORT ENGAGEMENT RSE...

Avec pour matière première principale un minerai pur, entièrement naturel, Etincia porte haut son engagement pour le développement durable. Non polluant et réutilisable, l'étain trouve sa première utilisation dans les composants électroniques. Si le pôle étain d'Alliance Étiquettes façonne déjà 40% d'étain recyclé, il ambitionne à la fois de réduire encore ses déchets de fabrication et d'augmenter son approvisionnement en étain recyclé, jusqu'à atteindre les 100% dans un futur proche.

ETINCIA.COM



© M. Ramos

ETINCIA.COM



Page précédente :
GRAPPA TRAMET,
Étain rose métallisé / sérigraphie

BOUGIE BUGAIA,
Étain rouge vif / pelliculage à chaud

DONNÉES CLÉS D'ETINCIA

- **1998** : Création d'Applic'Étains à Nontron
- **2003** : Création d'Etiqu'Étains à Nontron
- **2017** : Rachat d'Applic'étains par Alliance Étiquettes
- **2021** : Rachat d'Etiqu'Étains par Alliance Étiquettes
- **2023** : Lancement d'Etincia
- **2 sites** de production
- **50 salariés**
- **40% d'étain recyclé à date**
- **80%** des produits « étiquetés » en étain **destinés à l'international**
- **6 000 m²** dédiés à la production
- **2 000 m²** dédiés au stockage
- **4 marchés principaux** : vins & spiritueux, parfums & cosmétiques, décoration d'intérieur, épicerie fine.

À PROPOS D'ALLIANCE ÉTIQUETTES

En 2023, Alliance Étiquettes est, par son offre et ses services sur-mesure, la référence des solutions d'impression. Gérant **13 sites de production** (12 en France et 1 en Italie), elle compte **575 collaborateurs** (dont 100 en Italie) et réalise un **chiffre d'affaires de 120 M€**. Tous ses sites français sont **labellisés « Imprim'Vert »**.

DOSSIER DE PRESSE

« Collection #03 » by Alliance Étiquettes

Un projet créé par l'agence de design
packaging qui réinvente la Création !



SOMMAIRE

#LA CRÉATION, DANS L'ADN D'ALLIANCE ÉTIQUETTES

- 1** La Création,
dans l'ADN d'ALLIANCE ÉTIQUETTES P 3
- 2** Immersion dans la Collection #03,
une ode à la Création et à l'engagement
pour les marques et leurs produits P 6
- 3** La parole
aux Créatifs... P 14
- 4** À propos P 16



Bien plus qu'un imprimeur, Alliance Étiquettes utilise sa carte maîtresse – son agence de design packaging – pour sublimer les étiquettes sur les emballages et donner un supplément d'âme aux produits de ses clients. Avec l'enjeu permanent d'anticiper leurs besoins, les tendances et de répondre efficacement à leurs attentes.

PASSIONNÉMENT CRÉATIFS DEPUIS LES ANNÉES 1950 !

L'esprit créatif d'Alliance Étiquettes est dans ses gènes depuis la création du groupe en 2015 et même depuis plus longtemps. Avec un grand-père, Jean, typographe, et un père, Alain, diplômé des Beaux-Arts, Olivier Laulan, son Président Fondateur, représente la troisième génération d'une famille d'imprimeurs basés à Bordeaux, dans le sud-ouest de la France. Ses choix audacieux et innovants ont permis de construire une ETI solide et en forte croissance dans le packaging et le design d'étiquettes, en particulier adhésives. Le récent rachat de Tonutti, imprimerie italienne, près de Venise, spécialisée dans le vin et le Prosecco en particulier, vient encore renforcer son pôle créatif. L'ambition du groupe ? Offrir des solutions personnalisées d'impression qui répondent aux besoins de ses clients dans les vins et spiritueux, l'épicerie fine, les cosmétiques, l'agroalimentaire et l'industrie. Précurseur dans l'impression numérique et dans l'impression sur étain avec Etincia, en alternative au papier, Alliance Étiquettes a l'ambition de devenir « la » référence européenne des solutions d'impression premium.

UNE AGENCE DE DESIGN PACKAGING INTÉGRÉE

Alliance Étiquettes dispose de sa propre agence de design packaging. Agence à taille humaine, souple et réactive, elle met au quotidien sa passion au service de ses marques partenaires pour apporter conseils, anticipation, réactivité, qualité et bien entendu créativité ! Un point fort et différenciant est d'avoir sa propre agence de design packaging, dirigée par Agnès Deslandes, Directrice de la Création, au sein du siège d'Alliance Étiquettes à Bordeaux. Celle-ci travaille en interaction constante avec les autres équipes au sein des imprimeries, qui maîtrisent tous les savoir-faire et toutes les techniques d'impression d'étiquettes, avec des relations de confiance établies depuis longtemps avec de nombreux fabricants (papetiers, verriers, ...), pour répondre aux besoins de ses clients.

LA CRÉATIVITÉ, UNE AVENTURE HUMAINE ET COLLECTIVE !

Alliance Étiquettes cultive l'esprit de famille et la convivialité avec ses collaborateurs et met la créativité au cœur de son ADN. Avec une expertise reconnue dans le monde des vins et spiritueux et de l'épicerie fine, cette agence de design packaging regroupe 11 designers passionnés, qui ont « le goût du challenge ». « Nos créas sont notre âme, notre énergie et notre force d'attraction : ils sont l'agence et ils font l'agence » note Agnès Deslandes. Ce qui les distingue ? Leur niveau de compétence et d'implication incomparable. Résultat ? Un taux de transformation des briefs de 93% !

UN MOTTO : « RACONTER DE BELLES HISTOIRES »

« Notre agence ne souhaite pas croître à tout prix, mais grandir grâce et avec les clients qu'elle accompagne », souligne Agnès Deslandes. « Nous voulons continuer à travailler en mode « mad skills » - des « compétences folles » - capables de challenger les plus gros projets. Notre volonté est de créer des identités graphiques authentiques et à forte valeur ajoutée pour révéler l'unicité de chaque marque et construire la confiance avec ses consommateurs. Telle est notre ambition et notre passion, raconter de belles (et nombreuses) histoires, celles de nos clients pour leurs consommateurs. Dans un monde qui évolue vite, la marque reste et doit rester un repère essentiel ! »

DES COLLECTIONS « DÉCLENCHEURS D'IDÉES » POUR LES MARQUES

Pour inspirer ses clients et les aider à créer « une vraie vision de marque », l'agence de design packaging d'Alliance Étiquettes lance chaque année une collection à forte valeur ajoutée. Elle est la vitrine de son savoir-faire et de sa créativité avec l'objectif d'être force de proposition et influenceur pour les services marketing des marques, clients et prospects. Pour s'assurer de répondre aux besoins, le travail des créas s'appuie sur l'étude de tendances de consommation. Avec l'enjeu de « transformer les tendances en idées créatives originales, spécifiques et différenciantes ». Une autre force est de pouvoir proposer du papier mais aussi de l'étain pour faire de la bi-matière livrée en bobine à ses clients.

DE NOMBREUX ATOUTS

- Une ETI solide et fiable avec une ambition européenne : être « la » référence européenne des solutions d'impression premium
- Une agence de design packaging à taille humaine, réactive, souple et engagée auprès des marques, pour accompagner ses clients avec une offre « tout-en-un » : conseil, conception et réalisation
- Un travail interactif et coordonné avec ses 12 imprimeries complémentaires en termes de technologies et des relations de confiance établies depuis longtemps avec de nombreux fabricants
- Une production « made in France » et une expertise sectorielle
- Un parc de machines innovant, évolutif et RSE compatible
- Une solution unique et premium : Etincia
- Un portefeuille de 10 000 clients actifs et fidèles parmi lesquels des marques de prestige : Bacardi, LVMH, l'Occitane en Provence...

#IMMERSION DANS LA COLLECTION #03, UNE ODE À LA CRÉATION ET À L'ENGAGEMENT POUR LES MARQUES ET LEURS PRODUITS



Pour les 13 Divines Créations composant la Collection #03, dont les planches créatives viennent en appui des commerciaux d'Alliance Étiquettes, mais aussi de ses clients, les créas ont abordé l'univers de Dante en menant un travail intéressant sur les formes, les matières et les couleurs avec une recherche de sens au service du monde de demain. Et cela, dans plusieurs secteurs d'activité : parfums et cosmétiques, vins et spiritueux, décoration d'intérieur, épicerie fine...

UNE COLLECTION INSPIRÉE DE LA DIVINE COMÉDIE DE DANTE ET DE L'ART CONTEMPORAIN

La collection #03, lancée au dernier Luxe Pack, s'inspire de la Divine Comédie de Dante Alighieri, qui décrit dans son œuvre poétique son périple à travers l'Enfer, en passant par le Purgatoire et le Paradis. « *Nous sommes aussi allés à la rencontre des artistes contemporains, qui sont pour nous en constante R&D et à l'affût des tendances* » explique Agnès Deslandes, Directrice de Création. Dans un monde post-Covid, les artistes sont sensibles au questionnement existentiel, chaotique, sur la vie, avec des œuvres qui interrogent et évoquent une certaine nostalgie. L'alchimie mystérieuse s'opère pour la bande de créas, Karine, Paul et François, qui a repoussé ses limites pour chaque Divine Création. « *Le pari est grandement réussi sur la recherche de noms, les designs et les graphismes des étiquettes sur mesure, avec un storytelling « maison » pour raconter une histoire et apporter une âme aux produits* » reconnaît-elle.

UN DÉFI À LA FOIS TECHNIQUE ET ARTISTIQUE AUTOUR DE 3 TENDANCES DE CONSOMMATION

Le projet associe un défi technique et artistique en s'inspirant de 3 tendances de consommation : l'importance du naturel liée à l'éco-responsabilité, l'exaltation des sens pour la montée en gamme, et les exigences du luxe, qui amènent à des séries limitées et au sur-mesure. Avec la volonté d'allier technique et création de manière sympathique pour rester abordable et compréhensible. Sans oublier une pointe d'humour !

IMMERSION DANS L'UNIVERS DE LA COLLECTION #03 AVEC AGNÈS DESLANDES ET L'ÉQUIPE DE CRÉA

« *Nous aimons ce que nous faisons et cela se voit !* » note Agnès Deslandes, entourée de ses designers : Karine, Paul et François.

L'IMPORTANCE DU NATUREL

« On est sans cesse en recherche d'embellissement éco-responsable avec nos différents fournisseurs pour apporter les meilleures avancées possibles à nos clients. On avance ainsi avec eux. Ce qui nous guide, c'est avant tout le bon sens. Réduire l'empreinte carbone et adapter la bonne technique d'impression à la création et au bon volume ».

#FOOD

« Pour notre première création, baptisée **Lucifero pour la sauce all'arrabbiata**, nous avons choisi un petit diable piquant rouge et une étiquette écoresponsable, sans additif et sans « chichi », qui nous emmène dans son univers chromatique. L'impression flexo permet un tirage important, en un temps rapide. Notre « plus » client : adapter son projet à la bonne technique optimise un bilan carbone. Bref, du bon sens ! »

#HOMING

« On a ensuite une gamme **Oh my God! / de produits d'hygiène** avec un graphisme simple qui s'adresse à tout le monde. On nous demande de plus en plus d'avoir des produits éco-responsables sur les produits de la maison. Pour faciliter le recyclage, on va grignoter la typo pour baisser la charge d'encre, limiter les couleurs et utiliser du papier à colle lavable. Oh My God (OMG), il fallait y penser ! »

#VINS

« La création suivante aborde le vin dans une bouteille en verre dépoli ! Pour **Hell Heaven 11 / 2 Vins**, on utilise une étiquette transparente en pp forest évidé qui, sur les bouteilles dépolies, va jouer un jeu de mosaïque verre dépoli/verre transparent. Cela crée un effet graphique tout simplement ! Notre approche disruptive et hors des sentiers battus se voit au 11 qui se lit à l'envers comme à l'endroit, et surtout à la croix à l'envers - qui fait parler ! »

#VINS

« La dernière création en éco-responsabilité pour **Superwine et Wonderwine/ gamme Vins**, utilise une étiquette adhésive à plat, imprimée en traditionnel, pour habiller la bouteille d'une large surface de communication. Le papier est appliqué avec juste une pointe de colle au dos. Le procédé utilise des encres végétales. »





L'EXALTATION DES SENS

« L'exaltation des sens permet de monter en gamme et dans l'embellissement. On a voulu faire la part belle au monde de l'animé, dans lequel le consommateur est sensible aux matières, aux couleurs et au papier. Avec la mise en avant de ce support noble et fantastique qu'est le papier, et qui transmet l'émotion et met en valeur la mémoire individuelle et collective. »

#ENERGY DRINK

« L'étiquette de la **canette Devil Shot/ Boisson démoniaque** s'adresse aux jeunes et à l'ambiance de la nuit. Pour révéler l'énergie de la boisson, on utilise un vernis phosphorescent qui se révèle dans le noir. »

#HUILES

« Pour **Empyrée / Huile d'olive Divine**, on s'est inspiré de l'image de la lumière au bout du tunnel. Une planche très représentative de la divine comédie de Dante s'appelle Empyrée. Nous l'avons traitée de manière moderne en utilisant différents vernis. L'évidage central oriente le regard sur l'huile d'olive, en mettant en valeur le blond et la couleur fantastique du produit. L'idée ici est que les produits peuvent devenir remarquables et se prendre pour des dieux ! »

#BIÈRES

« Avec la **gamme de bières infernales / Trio de bestiaires** à valeur-ajoutée, nos designers ont pris le défi à bras-le-corps de raconter une histoire, à partir de vernis gonflant et de dorures, s'inspirant des prédateurs que Dante rencontre sur son périple jusqu'au paradis : Louve, Panthère et Lion. Ce qui crée une identité graphique très forte avec des dorures micro-structurées qui amènent de la fraîcheur, suscite l'inconscient et évoque notre part animale à libérer ses instincts. »

#COCKTAILS

« On s'est intéressé à une liqueur d'orange pour attaquer le monde du cocktail, et que l'on a simplement appelée **Distillerie Dante/ Liqueur poétique**. Pour avoir des effets de dorure, on a utilisé un papier métallique et utilisé une machine d'impression pour avoir un rendu très brillant, que l'on va adoucir avec du vernis mat sur certaines zones. Cette alternance de mat et brillant illustre le mélange de modernisme et de sobriété. Avec les tonalités métalliques et l'étiquette en forme de bague, on est projeté à l'époque du Moyen-Âge lorsque Dante créa la Divine Comédie. La dorure se situe sur la liqueur d'orange et ce qui est bleu. Un cocktail poétique avec une pointe d'amertume qui résume le caractère de Dante ! »

#VINS

« Pour les **Cuvées rares Beatrix & Virgile**, on repart dans le monde du vin qui est cher à notre cœur, en associant le style photographique et des éléments de dorure galbée microstructurée ou non. La partie haute de l'étiquette évoque la nostalgie : Virgile a été l'ami fidèle de Dante et Béatrix sa fiancée. La partie basse utilise différemment les dorures en hommage à cette époque antique de gravures et de sculptures. Des techniques d'hier qui sont encore au goût du jour pour nos clients ! »

LES EXIGENCES DU LUXE

« Le luxe est selon moi le reflet du must have, même superflu, garant de la personnalité et de la différence », souligne Agnès Deslandes. Ce qui fait la différence est l'excellence et la rareté. C'est aussi l'image de notre groupe Alliance Étiquettes. Les Exigences du luxe présentent des séries limitées à partir de créations élégantes et efficaces, basées sur notre capacité à créer de l'émotion avec un savoir-faire made in France.

#PARFUM

« On commence sur une première création pour du **parfum l'Originel / pêché mignon**, avec un flacon orné d'un bandeau en étain polychrome qui illustre la végétation luxuriante du jardin d'Eden, entouré par la rivière Léthé, qui « enlève la mémoire du mal commis ». On s'appuie sur un pp clear forest transparent avec une base d'origine recyclée. Le flacon de parfum est personnalisé à l'aide d'une machine numérique pour l'étain. Chaque modèle peut être différent. Le nom en noir est élégamment déposé à l'aide d'une étiquette transparente. On est dans le domaine de la parure. Le packaging cède à la tentation du beau. On est à la fois dans le haut de gamme et le sur-mesure avec de l'impression numérique et de la série limitée ! »

#HOMING

« Pendant la période Covid, les consommateurs ont privilégié l'expérience à domicile pour être bien chez eux. Avec la **bougie Path Candel / Fiat lux**, on propose une étiquette « lumineuse » sur une bi-matière papier et étain pour personnaliser le produit avec des prédécoupes qui permettent des messages personnalisés ou une approche marketing. Le symbole de la lumière est source de vie... »

#SPIRIT

« On s'est attaqué au **monstre sacré du Whisky** - un autre challenge ! On l'a appelé le **Géryon**, qui nous emmène au 8ème ciel, avec une création en bi-matière et un évidage central en pp clear forest avec un vernis gonflant. Le fond reprend la texture de la peau des écailles du Géryon avec un jeu de vernis. L'effet est bluffant ! Cette dorure galbée pointe de diamant plaît énormément à nos clients ! Et comme Géryon est aussi le symbole de la fraude, l'étiquette bi-matière va simuler la gravure sur verre avec du vernis gonflant, en ajoutant deux pièces anciennes florentines sur le côté, pour faire ressortir l'aspect argent et bling-bling. »

#SPIRIT

« Le packaging suivant tape encore plus fort pour **London Gin / Paradis perdu** : on aborde un sujet sociétal en mêlant le Street Art, les traditions et coutumes anglaises. On s'est concentré sur le vitrail d'une église, que l'on va taguer. On est dans le mécontentement sociétal et la propagande dans la plus pure tradition avant-gardiste anglaise. Nous sommes sur une bouteille d'alcool blanc avec une étiquette bi-matière, en papier transparent, qui met en valeur le produit à travers un vitrail. Le tag en sérigraphie attire le regard sur le message. Pour finir le packaging et la montée en gamme, nous avons ajouté une collerette goulot en étain. It rocks ! »



#LA PAROLE AUX CRÉATIFS...



Un travail de plus de 8 mois a été nécessaire pour créer et réaliser cette nouvelle Collection #03, très engagée et convaincante. Un temps précieux mis à profit entre recherches, création et analyse de la faisabilité des projets avec les équipes techniques.

« Lorsque j'ai eu connaissance du thème, j'ai été très touché. Ayant moi-même vécu en Italie et notamment près du lieu où a été enterré Dante, je ne pouvais qu'être inspiré par son univers ! Je suis très fier de ce que nous avons pu créer autour du monstre sacré qu'est le Géryon et cette belle bouteille de whisky fournie par un embouteilleur Slovène appelé Hrastnik. Nous avons réussi à créer une étiquette bi-matière avec un savant mélange de papiers, tant opaques que transparents, et de vernis sélectif. Ce qui nous a permis de reproduire parfaitement la texture en peau d'écaillés du monstre et de simuler la gravure sur verre. Ma volonté a été de représenter, au coeur de l'étiquette et grâce à sa technicité d'impression, l'esprit fraudeur de Géryon. Rien de tel qu'une fausse gravure ! »

FRANÇOIS DE LAVALETTE

« Tout le monde peut se reconnaître dans l'œuvre de Dante. Sa vision dichotomique entre le bien et le mal a été passionnante à travailler graphiquement. Ma plus grande crainte était de faire du déjà-vu. Il a donc fallu redoubler d'efforts ! J'ai plus particulièrement travaillé sur le trio de bouteilles de bières, qui représente les 3 prédateurs que rencontre Dante lors de son voyage : la panthère, le lion et la louve. Après une cinquantaine d'esquisses, je suis arrivée à un résultat final qui me satisfaisait. Je me suis notamment inspirée des effets de collage de Matisse, de l'Art brut et de l'Art trash, que j'ai pu confronter à des techniques haut de gamme d'impression. Comme le veut ce type d'Art, le rendu paraît simple à l'œil nu, mais cache beaucoup de travail et d'ingéniosité ! »

KARINE BOR

« Je connais bien les gravures de Gustave Doré qui illustrent l'œuvre de Dante. L'esthétisme des enfers est très intéressant à traiter, bien qu'il faille rester original. Il nous a fallu réussir à interpréter l'existant et le retranscrire avec notre patte personnelle. Mon projet préféré est sans nul doute la bouteille de Gin Paradis perdu. Mon schéma de pensée a été de partir du Gin, très largement répandu en Angleterre, du style victorien des maisons londoniennes, des beaux vitraux d'églises, mais aussi de la culture Punk et des tags. En effet, tout ce beau monde s'invite sur l'étiquette qui mêle classicisme et Street Art, sans être pour autant blasphématoire. Le papier clear to clear donne cette belle transparence qui transcende le passage de la lumière et vient contraster avec l'opacité du reste de l'étiquette en papier biosourcé. Et la dorure vient faire briller le tout pour un effet bluffant ! »

PAUL VERGEZ

« Bravo à tous nos créas pour leur travail d'orfèvres et à nos équipes techniques qui ont su donner vie à nos folles idées pour notre plus grand bonheur ! Et grâce aux équipes de notre marque Etincia, spécialisées dans les étiquettes en étain, nous avons notamment pu réaliser des avancées en R&D, avec notre première impression numérique en couleur et en 3D sur un support à la découpe minutieuse. »

AGNÈS DESLANDES

#À PROPOS



À PROPOS DE L'AGENCE DE DESIGN PACKAGING D'ALLIANCE ÉTIQUETTES

L'agence de design packaging d'Alliance Étiquettes est engagée dans la création auprès des marques de tous horizons. Et ce depuis les années 1950 ! Sa mission est d'offrir des solutions personnalisées d'impression qui répondent aux besoins de ses clients dans les vins et spiritueux, l'épicerie fine, les cosmétiques, la décoration d'intérieur, l'agroalimentaire et l'industrie. L'agence regroupe à ce jour 11 créatifs passionnés, qui travaillent en parfaite coordination avec les équipes PAO et techniques réparties sur 11 imprimeries d'Alliance Étiquettes en France et 1 en Italie. Leur niveau de compétence et d'implication est incomparable, menant à un taux de transformation des briefs en réalisations produites de 93% !

À PROPOS D'ALLIANCE ÉTIQUETTES

La création et l'impression d'étiquettes notamment adhésives constituent le métier d'Alliance Étiquettes depuis plusieurs générations. Créé en 2015 par Olivier Laulan, son président actuel, le groupe rassemble aujourd'hui des techniques, des compétences, des savoir-faire maîtrisés et adaptés aux besoins des marques. Le récent rachat de Tonutti, imprimerie italienne, près de Venise, spécialisée dans le vin et le Prosecco en particulier, vient encore renforcer son pôle créatif. Sur un trend ascendant, le chiffre d'affaires du groupe a atteint 120 millions d'euros en 2022 avec un effectif de 475 collaborateurs en France et 97 en Italie. Précurseur dans l'impression numérique et dans l'impression sur étain avec Etincia, en alternative au papier, Alliance Étiquettes a l'ambition de devenir « la » référence européenne des solutions d'impression premium.



Conception et rédaction : Service Communication et Marketing ALLIANCE ÉTIQUETTES
/ Crédit photos : @Miguel_Ramos