

ENTREPRISE CONNEXE

Le Sanglier packaging édition emballe les marques de champagne

L'entreprise familiale ardennaise, leader du marché de production des étuis haut de gamme pour le champagne et le cognac passe 2020 sans encombrés mais anticipe 2021.

LES FAITS

- **1969** : création du Sanglier packaging.
- **1978** : remporte l'appel d'offres de Kodak avec ses blisters mono-matière PVC. Remporte 100 % du marché européen six mois plus tard.
- **2002** : démarrage de l'activité de fabrication d'étuis pour le champagne, à la suite de la fermeture de Socratrem à Reims. Elle imprime, par exemple, le coffret avec les bulles en 3D pour Taittinger.
- **2004** : imprime les couvertures des Harry Potter, lui ouvrant les portes de l'édition. Les dictionnaires Larousse et Petit Robert font partie des clients.
- **2019** : remporte un prix du packaging pour le marquage à chaud d'un film personnalisé holographique en 3D sur un étui conçu pour Mumm.

Le bleu de travail est de rigueur. La précision aussi. Les yeux bleus également – de Sandrine Landragin traduisent le sourire que le masque dissimule lorsqu'on lui demande d'expliquer son travail de conductrice de dorure à chaud et gaufrage. Le petit bout de femme énergique semble presque englouti par l'énorme ligne technique, mais c'est bien elle qui maîtrise l'outil. « Ce métier, c'est du détail vous voyez, joignant le geste à la parole, disposant une feuille alignant précisément les lettres du champagne Joseph-Perrier sur le support en métal, en vue d'être imprimée par embossage. On est dans la qualité, la finesse », poursuit Sandrine, seize ans de boîte au compteur et autant d'enthousiasme. « Je me sens très bien ici. » Tout comme ses collègues croisés lors de la visite des 12 000 m² rue Camille-Didier.

ANTICIPATION

« Ici », c'est au Sanglier packaging édition, à Charleville-Mézières. Une fois n'est pas coutume, le champagne s'invite dans les Ardennes. C'est en effet dans le département voisin qu'on trouve l'une des deux seules imprimeries françaises produisant des étuis haut de gamme pour le champagne. La société carolomacérienne familiale, également positionnée dans le domaine classique de l'édition (elle a notamment imprimé les couvertures de Harry Potter), est même leader sur le marché du champagne et du cognac (70 à 80 % de parts de marché). Philippe Aertgeets en est fier, valorise un « savoir-faire français » et un « circuit court » (lire par ailleurs). Volubile, curieux, se définissant comme « foncé » et visiblement



Sandrine Landragin, conductrice de ligne de dorure à froid et de gaufrage, a été embauchée il y a seize ans par Philippe Aertgeets. C.H.

soucieux du bien-être de ses 47 salariés, le chef d'entreprise de 62 ans remercie « tous les jours » son père André, qui lançait, il y a 51 ans, l'entreprise avec son épouse Jeanine, et de l'avoir démenagée dans les Ardennes, fief du paternel. « À l'époque, le personnel gagnait 30 % de moins qu'à Paris et l'immobilier était trois fois moins cher. Aujourd'hui, je paie des gens qualifiés, détenant un réel savoir-faire, 30 % de plus qu'à Paris et l'immobilier est encore moins cher. » À écouter l'égrenage des années d'ancienneté des salariés, de plus de dix ans, la qualité de vie choisie semble plaire effectivement. Autre fierté, bien plus récente celle-ci, l'anticipation de Philippe Aertgeets et de ses collaborateurs pour passer le confinement et la crise. Du moins cette année. « En février, lorsque j'ai vu ce qu'il se passait en Chine, j'ai commandé six mois de matières premières pour les encres et les vernis en Chine et en Inde (où se trouvent ses fournisseurs) puisqu'il faut entre deux et trois mois de transport. Je pense que j'ai bien fait. » L'entreprise fonctionne habituelle-

ment avec un an de stock. Cette anticipation supplémentaire lui a permis d'honorer tous ses contrats.

LES SPIRITUEUX EN LIGNE DE MIRE

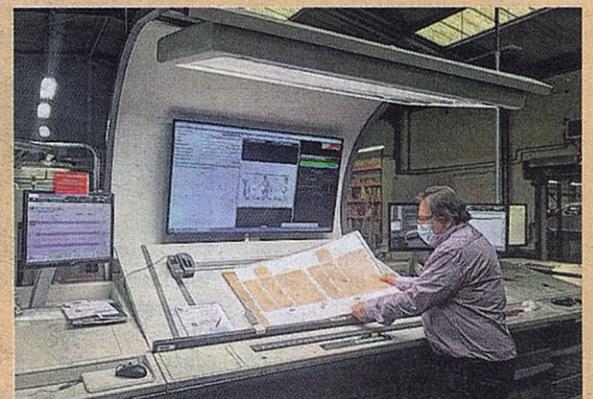
« Je n'ai perdu aucun client ; aucune commande n'a été annulée ou reportée », poursuit l'entrepreneur carolo, sincèrement ému. « Je les remercie vraiment. » Une fidélité qui lui a évité d'actionner le chômage partiel ou

de solliciter un prêt garanti par l'État. « J'ai aussi de la trésorerie », malgré des investissements conséquents. « Il faut investir pour rester compétitif. On génère 12 millions d'euros de chiffre d'affaires mais nos machines, c'est 100 millions d'euros. » Suivant également l'évolution de la filière, plutôt pessimiste pour fin 2020, l'entrepreneur démarche. « On sait que l'année prochaine sera très

compliquée, alors on cherche de nouvelles parts de marché », notamment dans les spiritueux. La toute dernière machine, « unique au monde car réalisée, à notre demande, sur mesure », acquise il y a deux ans pour 3,2 millions d'euros, permet la dorure à froid et le gaufrage, fait gagner du temps, de la productivité et de la réactivité. Le Sanglier, jamais en panne d'idée. ■ CLAIRE HONWEYER

« ON LIVRE AU FUR ET À MESURE »

C'était le fil rouge de la discussion avec Philippe Aertgeets : la valorisation du circuit court. Afin d'être réactif et éviter les allers-retours inutiles d'usine à la plateforme et de plateforme au client, le Sanglier packaging édition a investi, il y a trois ans, dans un 19 tonnes pour effectuer ses livraisons. « On livre au fur et à mesure et on tourne tous les jours à Reims et Épernay. » Ce qui permet de « freiner la concurrence étrangère ». Pensant également à la transition écologique de l'entreprise, le dirigeant indique également récupérer, chez le client, toutes les caisses américaines en carton servant à transporter les étuis en nombre aux clients. « On les réutilise cinq ou six fois. Pour le client, c'est aussi une économie importante puisqu'il n'a plus à se charger de la destruction des déchets. » Désormais on recycle.



L'entreprise investit régulièrement dans les outils de production. C.H.