



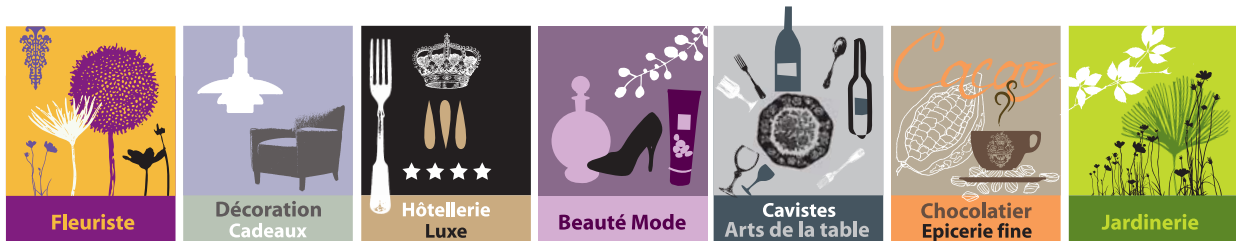
Véritable support de communication, l'emballage constitue aujourd'hui un atout majeur de différenciation et fidélisation de ses clients.

Nous sommes à l'affût des tendances, des couleurs, des matières afin de nous adapter à un marché vaste, divers et de plus en plus exigeant. Nous offrons à nos clients **deux collections par an** avec lesquelles ils peuvent concevoir un emballage sur mesure.

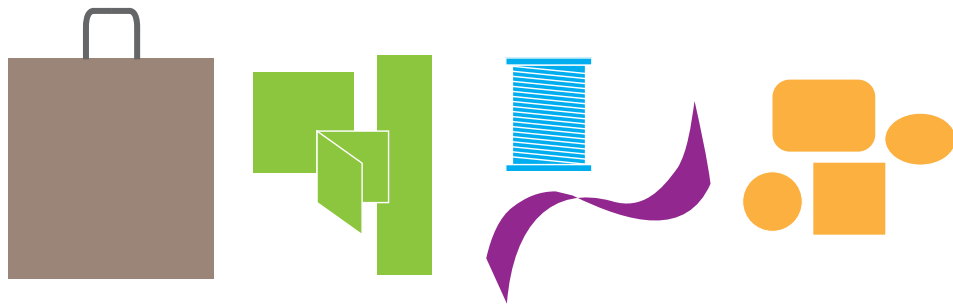
nous sommes spécialistes des concepts globaux d'emballages entièrement coordonnés : **cartes, étiquettes, papiers, liens, sacs, boîtes, accessoires divers** ... assortis de décors de vitrine.

cellocoup International **concepteur et fabricant** est une société de 60 personnes motivées, qui met 60 ans d'expérience et de compétence au service de ses clients.

Spécialiste de la création d'emballages personnalisés



2 collections par an - Papier - Films transparents
Cartes - Etiquettes - Rubans - Bolducs - Sacs - Accessoires



84 rue
Victor Clément
69240 THIZY FRANCE
 Tél. 00 33 (0)4 74 64 08 88
 Fax 00 33 (0)4 74 64 48 70
www.cellocoup.fr
 contact@cellocoup.fr



1. PRESENTATION SOCIETE

a. Historique

Cellocoup a été créée en 1949 et assure la totalité de sa production sur le site de Thizy : impression en flexographie et transformation de polypropylène, fibre et papier servant à l'emballage final dans les boutiques .

Nous mettons sur le marché deux collections par an très tendances , nous permettant de véhiculer une image moderne et dynamique .

Parallèlement , nous réalisons des emballages personnalisés ou exclusifs pour des petits et gros clients .

b. Evolution de l'activité

Fin 2002, Cellocoup se définissait comme le leader français de l'emballage floral, couvrant tous les segments du marché et tous les circuits de distribution selon une logique verticale.

Parallèlement, Cellocoup maintenait une petite activité (5% du chiffre d'affaires) d'emballage cadeau développée selon une logique d'opportunité avec un certain nombre de clients « boutiques » hors secteur floral.

Dès fin 2002, suite à la reprise du Groupe Cellocoup par Mme STEPHAN, il y a une importante réorientation stratégique avec un positionnement sur le marché du packaging au sens le plus large (allant de la fonction emballage, protection du produit à sa mise en valeur) et, plus spécifiquement dans le segment du packaging cadeau souple.

Les principaux segments abordés sont : la fleur, le parfum, les arts de la table, les métiers de bouche , prêt à porter , décoration...

Les clients « cœur de cible » sont les boutiques, les gros acteurs locaux, les grands comptes nationaux.

A titre d'exemple, nous avons comme références des chaînes de parfumerie et de prêt à porter, des centrales d'achat en jardinerie et franchisés fleuristes, des chocolatiers, traiteurs, restaurants luxe ...

Le chiffre d'affaires est passé de 8 M€ en 2002 à 10 M€ en 2010, la croissance ayant été réalisée principalement sur la boutique haut de gamme.

c. **Effectif**

Notre effectif s'est stabilisé à 60 personnes dont une quarantaine en production. Nous avons 15 commerciaux en France et à l'export. Nous travaillons essentiellement en formation interne avec du personnel local très motivé et attaché à leur entreprise.

2. NOS AMBITIONS

- a. **Maintenir l'activité de production en France** : je crois au maintien d'une activité industrielle en France malgré l'écart du coût de la main d'œuvre en travaillant sur les points suivants :
 - La qualité de nos produits
 - Le service clients au niveau du délai et des possibilités de traiter de petits et moyens volumes
 - Une main d'œuvre motivée et compétente
 - Notre force créatrice

- b. **Continuer notre développement dans le luxe** et les clients moyens comptes. Même si ce marché peut rencontrer des difficultés conjoncturelles, notre politique de conquête nous permettra de progresser.

- c. **Internationalisation** : ce qui veut dire avoir une offre correspondant aux marchés export. Nous avons une filiale de commercialisation en Belgique et développons des actions via des agents dans plusieurs pays du monde.

- d. **Élargissement de notre offre**
 - Offre bio et recyclé : nous avons déjà une offre complète
 - Sacs et pochettes que nous sous-traitons en Chine et en Turquie

3. NOS ATOUS

- a. **Notre expérience et la qualité du personnel** Cellocoup : le personnel de Cellocoup a su montrer uniquement en croissance interne qu'il était capable de gagner des marchés du luxe et de les conserver . D'autre part , l'ensemble des salariés sont très attachés à leur entreprise et fiers de ses clients et ses produits .
- b. **Une politique commerciale claire et ambitieuse** : notre positionnement sur le marché entre grands comptes , détaillants et grossistes est claire avec :
 - Des collections et des produits différents
 - Une politique tarifaire adaptée
 - Une démarche commerciale ambitieuse et reposant sur le respect du client et de nos engagements
- c. **Un bon potentiel de création** en interne : notre équipe de création est jeune et créative . Nous cherchons l'originalité et les tendances .

Catherine STEPHAN