

Packaging Lux : un ingénieur emballé par son job !



Ingénieur de formation, Nicolas Leclercq a quitté l'univers de l'automobile pour créer Packaging Lux, une entreprise spécialisée dans la conception et la fabrication de packagings et de présentoirs sur mesure. Depuis le Luxembourg, il accompagne des marques de secteurs variés, de l'horlogerie à l'épicerie fine, en s'appuyant sur un réseau de partenaires de confiance en Chine. Entre exigences de qualité, enjeux environnementaux et contraintes géopolitiques, il nous raconte ce qui fait son quotidien.

Des écrans pour montres aux coffrets pour chocolats, en passant par les sacs premium ou les présentoirs de marque, le packaging est souvent le premier contact entre un produit et son client. À la tête de [Packaging Lux](#), Nicolas Leclercq en a fait sa spécialité. Installée à Stadtbredimus, l'entreprise assure la conception, le suivi de projet et la logistique de solutions entièrement personnalisées, destinées à des clients du Luxembourg, mais aussi de France, de Belgique et de Suisse.

Vous êtes ingénieur de formation. Comment êtes-vous arrivé dans l'univers du packaging ?

J'ai débuté ma carrière dans l'informatique industrielle et la robotisation des processus de production. J'ai travaillé de nombreuses années dans l'industrie automobile, notamment sur des chaînes d'assemblage de carrosseries. Cette expérience m'a beaucoup apporté en matière de gestion de projet, de planification et de rigueur méthodologique.

Depuis longtemps, j'avais cependant le désir de créer ma propre entreprise. Mon ex-beau-père dirigeait une société spécialisée dans le packaging. Il m'a transmis sa connaissance du métier. Même si cet univers est moins technologique que l'automobile, j'y ai découvert un secteur passionnant, très créatif et en constante évolution. C'est ce qui m'a conduit, il y a huit ans, à lancer ma propre structure.

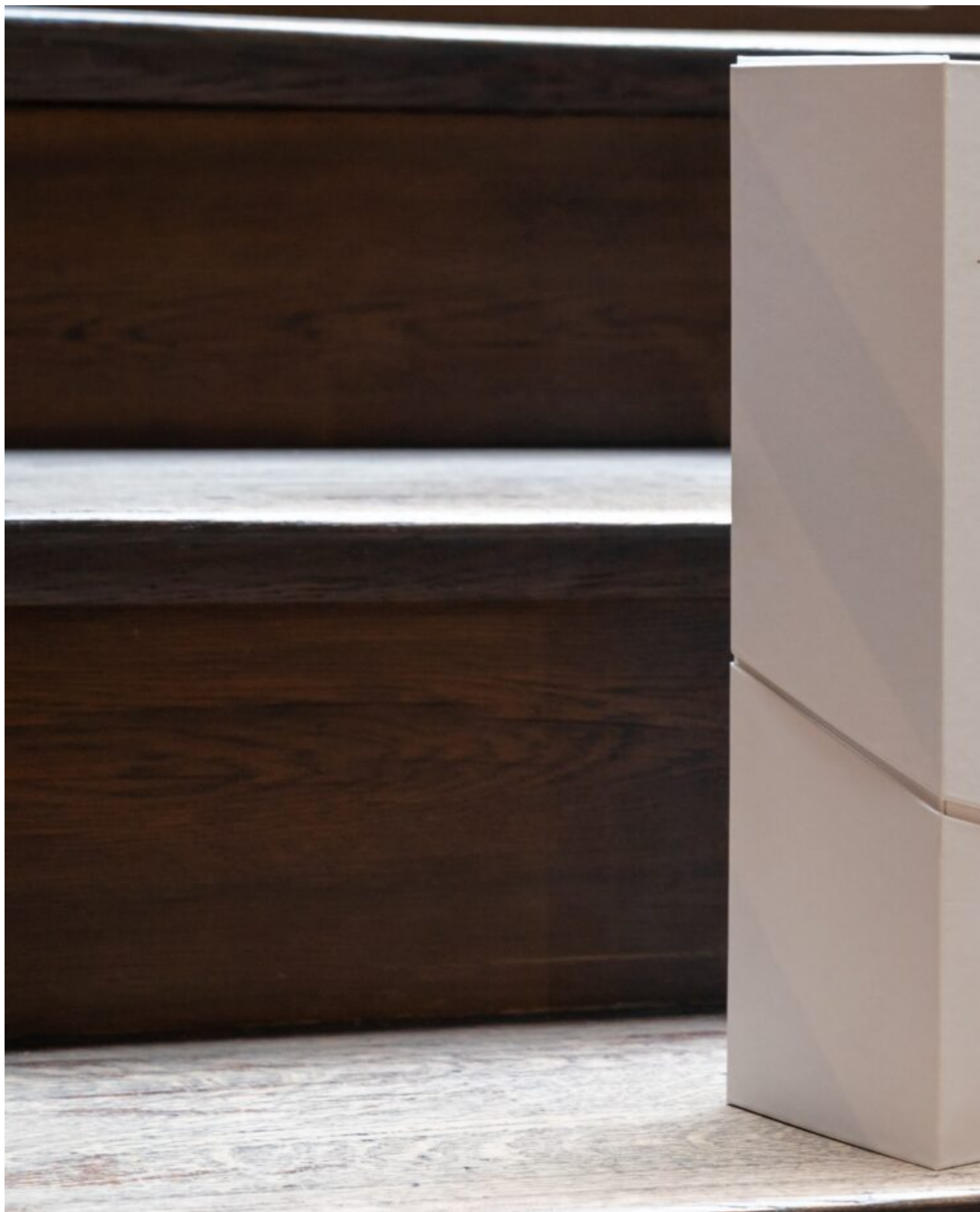
Pourquoi avoir choisi Stadtbredimus pour développer cette activité ?

Tout simplement parce que je suis né et que j'ai grandi dans cette région frontalière. J'ai la double nationalité luxembourgeoise et française. Je trouve que le Luxembourg offre un environnement particulièrement favorable à l'entrepreneuriat. C'est pourquoi j'ai choisi ce côté-ci de la frontière. Les démarches y sont plus simples et l'écosystème est dynamique. C'était donc une évidence pour moi.

Que propose concrètement Packaging Lux ?

Nous concevons et faisons fabriquer des emballages et des accessoires de PLV (*publicités sur le lieu de vente, ndlr*) sur mesure. Il s'agit donc d'écrins, coffrets, sacs, présentoirs, banderoles et bien d'autres supports. Nous travaillons le papier, le carton, le bois, les matières plastiques ou encore le métal selon les besoins du client.

Notre rôle consiste avant tout à accompagner les marques dans le développement de leurs projets. Nous assurons le conseil, la conception, le suivi de fabrication, la logistique et le service après-vente. Chaque projet est unique et réalisé sur mesure. Nous ne sommes pas un grossiste en emballages standardisés car c'est un tout autre métier.







Packaging Lux travaille exclusivement sur mesure, à la demande de ses clients et peut proposer des emballages en papier, carton, bois, matières plastiques ou métal. (crédit : Emmanuel Claude / Focalize)

Packaging Lux travaille exclusivement sur mesure, à la demande de ses clients et peut proposer des emballages en papier, carton, bois, matières plastiques ou métal. (crédit : Emmanuel Claude / Focalize)

Packaging Lux travaille exclusivement sur mesure, à la demande de ses clients et peut proposer des emballages en papier, carton, bois, matières plastiques ou métal. (crédit : Emmanuel Claude / Focalize)

Qui sont vos clients ?

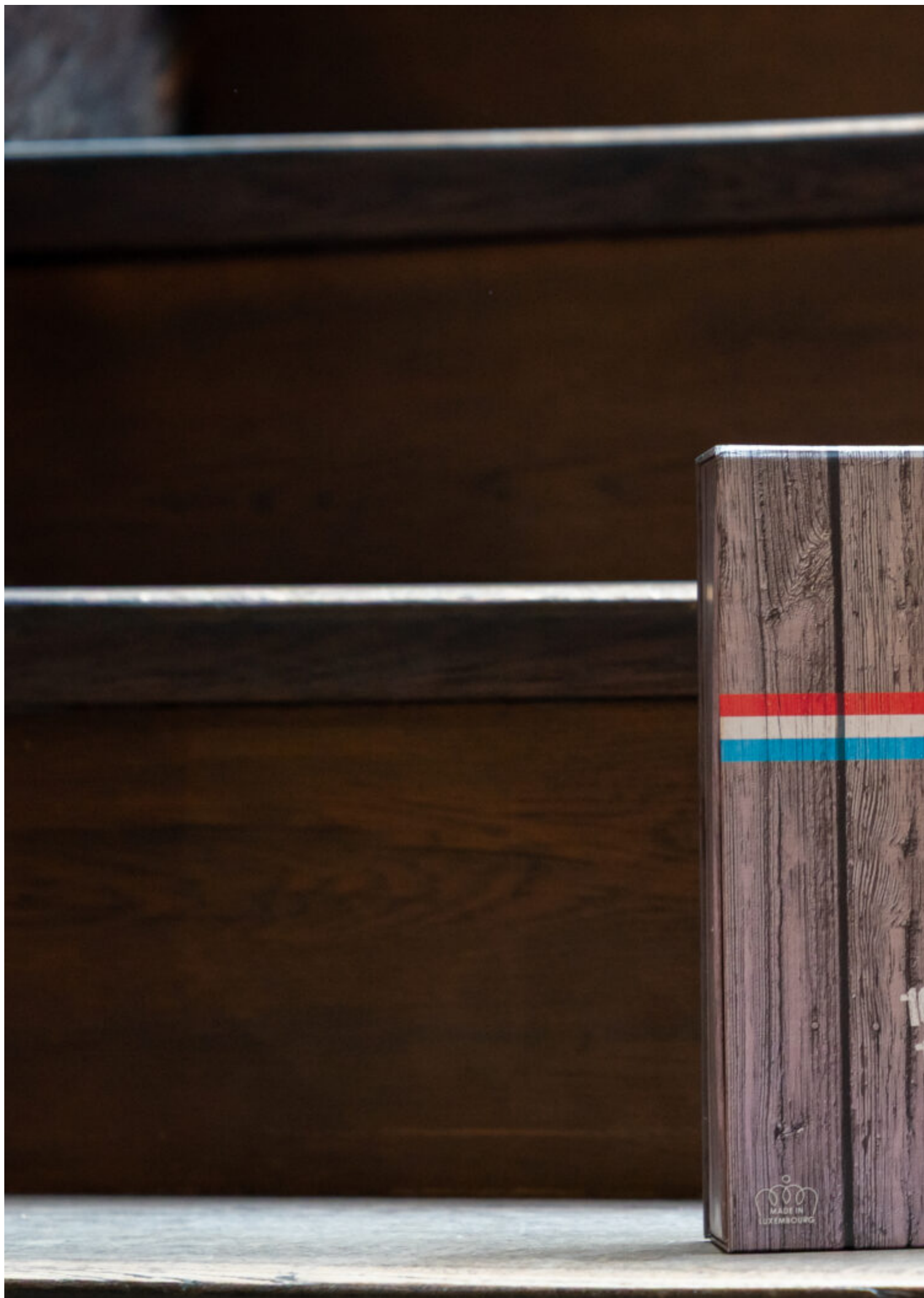
Nous comptons aujourd'hui une quinzaine de clients, actifs dans des secteurs variés : bijouterie, horlogerie, fabrication de médailles, lunetterie, vins et spiritueux ou encore épicerie fine et chocolats. Cette diversité est intéressante, car elle permet de combiner différentes saisonnalités et de répartir les activités tout au long de l'année.

Au départ, j'ai développé mon portefeuille de clients grâce à la prospection téléphonique. Ensuite, le bouche-à-oreille a joué un rôle important. Je travaille presque exclusivement pour des marques haut de gamme, exigeantes et qui recherchent un haut niveau de qualité perçue. L'emballage fait partie intégrante de l'expérience produit. C'est la première chose que le client voit, il doit donc raconter quelque chose de la marque.

Parmi nos références figurent notamment la Moutarderie de Luxembourg, Arthus Bertrand, Lalique, les montres Herbelin, ainsi que des projets réalisés pour Notre-Dame de Paris. Il peut s'agir de commandes ponctuelles pour un événement ou d'approvisionnements réguliers. C'est donc très varié.

« L'emballage fait partie intégrante de l'expérience produit. »

[Nicolas Leclercq]



Une entreprise familiale

La Moutarderie de Luxembourg est une entreprise familiale à proximité de la frontière allemande. Producteur de moutarde depuis 1922, d'autre part à signer à notre gamme de produits au cœur de l'entreprise familiale est dirigée avec passion par Muriel et son fils Yann, représentants de la 4^{ème} génération. Toutes nos sauces sont labellisées "Produit de France" et sont faites à partir de matières premières de qualité et sans gluten. Découvrez toute notre gamme sur www.moutarderie-luxembourg.com



Ein Familienunternehmen

Die Moutarderie de Luxembourg ist ein Familienunternehmen in der Nähe der deutschen Grenze. Seit 1922 produzieren wir Senf und sind stolz auf unsere eigene Rezeptur und mit Leidenschaft. Der Familienbetrieb wird von Muriel und Yann, der 4. Generation, geführt. Alle unsere Produkte sind ausgezeichnet und enthalten nur die besten Zutaten. Entdecken Sie unsere gesamte Produktlinie auf www.moutarderie-luxembourg.com







Parmi les clients de Packaging Lux on trouve notamment la Moutarderie de Luxembourg, dans le domaine alimentaire. (crédit : Emmanuel Claude / Focalize)

Parmi les clients de Packaging Lux on trouve notamment la Moutarderie de Luxembourg, dans le domaine alimentaire. (crédit : Emmanuel Claude / Focalize)

Parmi les clients de Packaging Lux, on trouve notamment Arthus Bertrand, dans le domaine du luxe. (crédit : Emmanuel Claude / Focalize)

Parmi les clients de Packaging Lux, on trouve notamment Arthus Bertrand, dans le domaine du luxe. (crédit : Emmanuel Claude / Focalize)

Vous vous appuyez sur un outil de production basé en Chine. Pourquoi ce choix ?

Aujourd'hui, il serait très difficile de proposer ce type de produit sans pouvoir s'appuyer sur un partenaire chinois. Une grande partie de l'industrie du packaging d'Europe occidentale a disparu faute de rentabilité et les capacités de production restantes, essentiellement situées en Europe de l'Est, ne sont pas assez compétitives. Les clients ne sont pas prêts à payer des tarifs européens, à moins d'être positionnés sur l'ultra luxe.

Contrairement à certaines idées reçues, les fabricants chinois sont capables d'atteindre des niveaux de qualité extrêmement élevés et de respecter les normes environnementales que nous leur imposons. Nous sommes particulièrement attentifs à ces critères.

L'important est de travailler avec les bons partenaires. Le nôtre dispose d'un site de production moderne employant environ 180 personnes. Nous entretenons avec lui une relation de confiance construite sur plus de dix ans, qui était déjà fournisseur de mon ex-beau-père. Il réalise 85% de son chiffre d'affaires avec nos commandes.

Les crises successives impactent-elles votre activité ?

Depuis la création de l'entreprise, nous avons effectivement traversé de nombreuses turbulences : le mouvement des gilets jaunes en France, la pandémie de Covid 19, le blocage du canal de Suez et les tensions géopolitiques actuelles qui font monter les prix du transport.

La phase Covid a été particulièrement marquante. Durant cette période, les coûts du transport maritime ont connu une hausse spectaculaire passant de 4.000 dollars le container à environ 20.000 ! Et les chaînes logistiques mondiales ont été fortement perturbées. Aujourd'hui encore, les flux restent tendus et les délais sont plus difficiles à maîtriser.

Face à ces situations, j'essaie autant que possible d'éviter de répercuter les surcoûts sur mes clients. Heureusement, nous évoluons sur des marchés de niche qui continuent à bien se porter malgré les crises en série.

Quelle place les questions environnementales occupent-elles dans votre secteur des emballages ?

Nous avons commencé à travailler sur ces enjeux avant même que nos clients ne nous le demandent expressément. Nous proposons des papiers certifiés FSC (*label international garantissant que le bois avec lequel est fabriqué le papier est issu de forêts gérées de manière responsable et durable, ndlr*), des matériaux recyclés et/ou recyclables, ainsi que de nouvelles matières plus responsables.

Aujourd'hui, les attentes du marché sont renforcées par l'évolution de la réglementation européenne. Il faut démontrer la recyclabilité des matériaux utilisés et réfléchir à l'ensemble du cycle de vie du produit. Nous collaborons étroitement avec nos partenaires industriels pour avancer dans cette direction, avec par exemple des matériaux sans solvant ou le remplacement de composants synthétiques par des alternatives naturelles.

Quelles sont les innovations qui font évoluer votre secteur ?

Les formes des emballages sont généralement dictées par les tendances et les modes. Les véritables innovations portent principalement sur les matériaux et sur les solutions techniques permettant d'obtenir des produits à la fois plus résistants et plus respectueux de l'environnement.

Les marques clientes disposent souvent de leurs propres designers qui imaginent le concept. Notre rôle consiste ensuite à trouver la meilleure manière de le concrétiser de la façon la plus satisfaisante possible. Pour vous donner un exemple concret, nous avons proposé à une marque de spiritueux, de remplacer les mousses qui protégeaient un ensemble de verres dans un coffret cadeau par une découpe sophistiquée du carton. Ainsi, l'emballage était plus léger et beaucoup plus écologique, tout en gardant ses propriétés protectrices. Le packaging doit toujours s'adapter au produit, jamais l'inverse. Récemment, nous nous sommes mis également à utiliser l'intelligence artificielle comme outil d'aide à la conception. Elle permet d'explorer rapidement certaines pistes créatives ou techniques.

Comment voyez-vous l'avenir de Packaging Lux ?

Mon objectif est de poursuivre le développement commercial de l'entreprise tout en conservant la qualité de service qui fait notre réputation. Pour cela, les méthodes de travail que j'ai acquises dans l'industrie me servent encore quotidiennement. Par ailleurs, je suis convaincu qu'il est essentiel, lorsqu'on dirige une entreprise, de participer à des réseaux professionnels afin de bénéficier d'un regard extérieur sur son activité. À l'avenir, je souhaiterais consacrer davantage de temps à cet aspect du métier. D'ailleurs, je viens de participer fin septembre, pour la première fois, au salon Luxepack à Monaco. Il s'agit d'un rendez-vous incontournable pour le secteur des emballages premium. Il m'a permis de mettre en avant nos produits et d'échanger avec des confrères sur les évolutions du métier. J'y ai eu des contacts avec des enseignes de prestige et des demandes de devis. Cela m'a également permis de développer mon réseau avec les

exposants présents, et d'envisager des opportunités commerciales avec certains.