

Hucais emballe le monde du luxe

Benjamin Busson

Packaging. La filiale européenne du groupe chinois Hucais Printing, basée à Reims depuis 2016, a été distinguée du 1er Prix dans la catégorie « Valeur ajoutée » lors de la Paris Packaging Week 2023.



L'équipe du groupe Hucais au salon Paris Packaging Week 2023 : Julie Pellet, chef de projet vins & spiritueux, Juliette Vittenet, chef de projet cosmétique, et Ting Sun, directrice générale.

Leader dans l'impression et la conception de coffrets de luxe, le groupe Hucais est réputé pour collaborer avec les plus grands groupes du secteur (LVMH, Remy Cointreau...) aussi bien pour les spiritueux que pour la parfumerie et la cosmétique.

Lors du dernier salon Paris Packaging Week, qui regroupe tous les plus grands acteurs du luxe mondial, l'entreprise rémoise a été récompensée pour l'une de ses dernières créations pour le Cognac Remy Martin. Il s'agissait d'une commande particulière pour un flacon de Cognac XO « end of the year 22-23 », édité à 70 000 exemplaires. « Lors de la création de son XO end of the year, notre client nous a fait part de certaines exigences en matière de technicité et

de design, tout en souhaitant répondre à une démarche responsable », explique Ting Sun, Directrice générale de Hucais Packing Arts Europe. De plus en plus sensibilisé, comme l'ensemble des grandes marques du monde du luxe d'ailleurs, à la question environnementale, le fabricant de Cognac souhaitait un coffret mono-matériau (carton et papier) en évitant l'utilisation d'injection, de ruban, d'aimant et de métal. Hucais a donc conçu un coffret avec une structure 100% papier-carton FSC (pour Forest Stewardship Council, autrement dit issu de forêts durables), tout en voulant obtenir, côté design, un « effet waouh ». Après près d'un an de R&D et une trentaine de prototypes au total, les équipes de Hucais ont réalisé un coffret mono-matériau, laissant entrevoir la bouteille même lorsqu'il est fermé. Un résultat qui a donc séduit le jury du salon Paris Packaging Week, tout comme l'utilisation de papier argenté, les vernis et l'éventail réalisé au fond du coffret, qui se déplie à l'ouverture. Pour Ting Sun, dont les équipes travaillent déjà à l'allègement de ce coffret inédit, il s'agit aussi d'un exemple d'évolution notable du packaging, secteur dans lequel la notion de fabrication durable n'est plus incompatible avec l'esthétique : « Nous innovons sans cesse dans ce domaine. Nous avons par exemple mis au point du papier argenté sans plastique, et nous utilisons une impression en dorure à froid. Concernant les moules de bouteilles

dans les coffrets, ils ne sont plus en plastique mais réalisés avec un matériau conçu à base de féculé de pomme de terre... »

Implantée en France depuis 10 ans, la filiale du leader chinois en matière de conception de coffrets de luxe est installée à Reims depuis 2016, après avoir passé trois ans du côté de Cognac. Désormais connue dans le paysage champenois pour ses collaborations avec les grands groupes de vins et spiritueux, elle vise un nouveau challenge, comme le souligne Ting Sun : « Aujourd'hui notre objectif est d'investir en Champagne. Nous sommes à la recherche d'une acquisition ou d'une collaboration avec des savoirs complémentaires à nos métiers, que ce soit dans le domaine de la coiffe, de l'étiquette ou du co-packing, avec qui nous partageons la clientèle du luxe ».



Le coffret réalisé pour Remy Martin, primé au salon parisien.