

coverpla
FRAGRANCE & BEAUTY PACKAGING



Bruno Diepois, Président
Sébastien Saussereau,
Directeur général



Parole de dirigeants

« Demain sera
un jour nouveau »

Pour Coverpla, 2024 aura été celle du changement alors que l'entreprise accueillait **Généo Capital Entrepreneur** comme **nouvel actionnaire majoritaire**.

Cela va de pair avec une nouvelle vision, un plan d'action, des objectifs redéfinis, un pôle dirigeant renforcé. Longtemps considérée comme une attitude, la RSE s'affirme comme un outil de pilotage et de gouvernance qui irrigue les stratégies de l'entreprise.

Comment s'adapter à l'émergence des nouveaux marchés, anticiper les bruits du monde en restant solide dans son identité, mais ouvert à la nouveauté. À nous de consulter la carte avant de prendre la route, pour grandir avec raison et **garder le cap de nos objectifs**.

Quant aux actions RSE menées dans l'entreprise, la grande vague de changements touche à sa fin. Restent des interventions mineures, mais non moins efficaces. À nous d'entamer le reste du chemin vers la neutralité carbone avant d'envisager les compensations utiles.

Rappelons-le, notre objectif est d'être vert sans obsession, de savoir accompagner nos clients vers la productivité en les éclairant sur les alternatives les plus vertes.

Là encore, tout est une question de cap.

*Siège social
et site de production*



Qui sommes-nous?

Fondée il y a presque 80 ans à Nice, Coverpla est aujourd'hui un acteur incontournable dans la conception, la fabrication et la distribution d'emballages exclusifs et 100 % personnalisables pour les marchés du parfum, de la cosmétique et depuis peu des senteurs pour la maison.

Le virage international opéré par Bruno Diepois, président de Coverpla, en rachetant l'entreprise en **2010** permet aujourd'hui de servir les marques dans le monde entier avec plus de 250 références, **des filiales aux Etats-Unis et en Italie** et un positionnement différenciant sur les petites et moyennes séries de produits premium et de niche.

Réputée pour la qualité de ses produits, son agilité, sa créativité et sa capacité d'innovation, Coverpla accompagne le développement de jeunes marques et collabore avec de grands noms de la beauté. Grâce à son savoir-faire unique et son engagement en faveur de l'environnement, **l'entreprise continue de renforcer sa position sur le marché mondial.**



Carole
PASTORELLI



Sébastien
SAUSSEREAU



Marc
JABOULAY



Bruno
DIEPOIS



Florence
GHILARDI



Benoit
ROSSI



Jocelyn
DECLEMENTI

Une ère nouvelle

Dès 2023, Coverpla profitait du soutien de l'accélérateur de croissance BPI et initiait une réflexion sur de nouveaux objectifs de croissance. Puis l'entreprise accueillait un nouveau pool d'investisseurs mené par Généo Capital Entrepreneur avec la complicité MACSF, se dotant de nouveaux moyens pour accélérer sa croissance tout en conservant sa dynamique entrepreneuriale. Les partenaires historiques, Bpi france, Société Générale Capital Partenaires et BNP Paribas Développement, continuent d'accompagner l'entreprise pour l'aider à saisir de nouvelles opportunités, tant en termes d'innovation que de conquête de nouveaux marchés. Cette étape marque également la montée en puissance de l'équipe de management autour de **Sébastien Sausserau nommé à la Direction générale.**

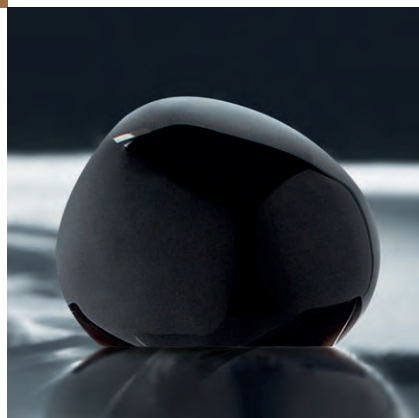
«Ouvrir son capital pour grandir est un moyen, pas une finalité. L'équipe dirigeante est en place et je souhaite accompagner ce changement en préservant l'âme qui a fait la réussite de Coverpla autour de nos valeurs.» commente Bruno Diepois.



by **coverpla**

Flacon KARMA
Capot AZERO

KAYOU



Encre en relief



MARYLIN



HEROS

En complément des modèles standards de ses partenaires, Coverpla conçoit et développe ses propres modèles (en externe en connivence avec les plus grands verriers européens dont le savoir-faire et l'expertise sont reconnus, et en interne pour les accessoires de bouchage).

Coverpla accompagne ses clients par une offre globale, dont la valeur ajoutée repose sur la personnalisation de produits standards ou le développement de modèles spécifiques.

La collection de flacons et de capots Coverpla, **d'origine exclusivement européenne** et disponible en stock, garantit un rapport qualité/budget/temps unique et concurrentiel.

Riche d'une identité locale historiquement liée à l'univers de la parfumerie, Coverpla fait de cette fabrication locale un gage de qualité.

Dans cet esprit, l'entreprise joue la proximité sur l'ensemble de la supply chain. Son périmètre de sourcing et son réseau d'approvisionnement ne dépassent pas les frontières de l'Europe (exception faite du surlyn provenant des États Unis).

Pour une qualité produits maîtrisée, de multiples contrôles sont réalisés à réception, en cours de production et avant leur expédition.

Depuis sa création, il y a **bientôt 80 ans**, Coverpla a acquis une connaissance poussée de tous les secteurs de la fragrance : parfums, soins et aujourd'hui l'univers de la home fragrance (senteurs et bougies...).

1
Des clients satisfaits,
prescripteurs
de la marque
Coverpla et
de ses valeurs

2
Une présence mondiale,
des marchés et
un socle de
clients élargis

3
Une offre globale,
au service d'une
expertise élargie
et responsable

4
Une équipe
de talents
et de
compétences
nouvelles

5
Une cellule
de veille
réglementaire et
environnementale

VERDI
Flacon rechargeable



Notre stratégie globale en 5 piliers

La démarche **RSE** s'articule autour de **5 piliers** fondamentaux totalement intégrés à la stratégie globale de l'entreprise.



Ces 5 piliers contribuent à la pérennité de Coverpla et à son développement. Ils permettent d'accroître sa performance, ses connaissances et son savoir-faire, le tout dans le respect de ses valeurs.



Cette approche **RSE** s'inscrit dans un projet partagé avec l'ensemble des parties prenantes. Elle s'appuie sur les ODD (Objectifs de développement durable) de l'ONU, et plus particulièrement pour Coverpla les ODD n°9, 12 et 13. Elle fixe des engagements concrets qui reposent sur des indicateurs précis, ajustés au fil des années.



4 valeurs fondamentales

Autour de ces piliers, Coverpla a choisi d'inscrire les valeurs qui marquent son identité propre.

1

L'exigence à travers les notions d'engagement, de fiabilité et de performance, la recherche de qualité sans oublier d'être juste.

2

L'audace, car pour être performant, il faut oser, être agile, curieux, s'ouvrir sur le monde et à l'autre pour apprendre plus et mieux.

3

L'humain est une des grandes forces de Coverpla. L'esprit de famille, la solidarité, le partage, la bienveillance et la résilience en font partie.

4

La confiance découle d'une attitude saine et du partage de valeurs. Elle naît de la loyauté, de la transparence, de l'honnêteté, de l'écoute pour créer une précieuse harmonie.

1

Des clients satisfaits

susceptibles de recommander la marque Coverpla et un écosystème de partenaires performants et fidèles, défenseurs de valeurs communes telles que le Made in Europe.



L'année 2024 en quelques chiffres clés

- **99%** de taux de service
(34 réclamations acceptées/ 2306 factures)
- **141** nouveaux clients, dont 30 % par recommandation
- **27%** des achats réalisés en France
- **100%** des achats réalisés en Europe, dont **27%** en France
- **12** actions de mécénat



Siège social



Gravure sur capot



Relief sur verre



Laquage
intérieur



Le label européen

«**Made in Europe, made in France, made in Nice**» ! Si ce credo est un choix historique et stratégique pour Coverpla, il prend aujourd'hui tout son sens pour l'ensemble des acteurs du packaging dans un contexte géopolitique tendu.

Coverpla défend le savoir-faire connu et reconnu de la filière industrielle française et européenne liée aux grands noms du luxe.

Ainsi, la totalité des approvisionnements provient-elle exclusivement de **France et d'Europe**.

Cette stratégie présente de multiples atouts : limiter les impacts environnementaux liés au transport des marchandises, maîtriser la qualité et raccourcir les délais pour un « time to market » optimisé.

Des clients prescripteurs

Coverpla jouit de la recommandation de ses clients dans le monde. Les arguments portent sur l'**écoute**, la **transparence**, la **créativité**, la valeur de l'**accompagnement**, la **qualité** ou encore l'**agilité pratique et économique** des développements menés pour les marques.

Pour gagner cette confiance, Coverpla insiste sur divers points tels que qualité de service, déploiement d'une démarche d'écoconception en ligne avec les codes du luxe, renforcement de sa visibilité sur ses marchés (communication, présence sur les salons mondiaux...).



Des projets associatifs et de mécénat

Porter des initiatives qui font sens, encourager la création sous toutes ses formes, s'impliquer dans le tissu local, adhérer à la filière professionnelle..., sont autant de motivations pour Coverpla dans ses actions de **mécénat et de sponsoring**.

En 2024, nous avons accompagné :

- **Un toit pour les abeilles** : 100 apiculteurs militent pour une production artisanale, locale et respectueuse des abeilles. Un soutien historique et quelques pépites pour les papilles
- **UPE06** (Union Pour l'Entreprise des Alpes Maritimes), une implication économique et sociétale locale
- **OGC Nice Handball féminin** : « allez les filles »
- **Pro-Am des Parfumeurs** : soutenir un rendez-vous historique en pays grasseois et en offrir le trophée
- **Théâtre National de Nice**, de beaux programmes culturels à applaudir
- **The Fragrance Foundation**, une synergie professionnelle exceptionnelle
- **L'A.F.C (Association François Coty)** : des flacons, pompes et cache-pompes offerts à l'occasion du prix Phoenix
- **Polyvia** (syndicat professionnel de la filière plasturgie) pour de précieux échanges sur l'innovation, les nouveaux matériaux, la réglementation...
- **4 L Trophy**, le premier rallye solidaire 100 % étudiant, sur les routes du Maroc. Projet de sponsor partenarial avec des acteurs locaux de la profession.
- **Enfance Majuscule**, ou comment soutenir les droits de l'enfant par l'instruction



Témoignage

Sébastien SAUSSEREAU

Directeur général

Dans l'entreprise depuis 24 ans, Sébastien n'oublie rien de ses débuts de stagiaire. Très vite identifié pour ses qualités professionnelles et son engagement, il prend des responsabilités transversales, jusqu'à chapeauter les fonctions administratives de l'entreprise. Devenu le bras droit de Bruno Diepois, Sébastien accepte naturellement ses nouvelles fonctions de directeur général à la tête du CODIR. Plus que le titre, il accepte le challenge qu'implique un tel changement d'échelle.

« En abordant ses objectifs de croissance sur les marchés et son développement à l'international, Coverpla épouse une nouvelle identité, et devient une marque à part entière » explique Sébastien. En témoignent son logo entièrement modernisé et son univers graphique, sa nouvelle visibilité auprès des marques, et sa restructuration interne. Ce que nous sommes aujourd'hui, nous le devons à l'offre de niche sur laquelle Coverpla a choisi de se positionner. Cette offre doit sa consistance et sa durabilité aux partenaires historiques avec qui Coverpla a su nouer des liens intègres et fidèles : les plus grands verriers européens, les fabricants de pompes, les créateurs de capots..., tous nous sont attachés, partageant nos valeurs et nos engagements. Je suis fier de vivre cette aventure et de la partager avec le nouveau pôle dirigeant. »

Un écosystème de partenaires

Fidèle à ses engagements, Coverpla a su dès l'origine sceller de solides partenariats avec les différents acteurs de la chaîne du pack (fournisseurs de pompes, de capots, verriers...). Cette forme d'engagement relève de la détermination de l'entreprise à construire un réseau d'interlocuteurs privilégiés avec qui partager l'expertise et l'approche des métiers. Cet écosystème repose sur la confiance, la transparence et la fidélité. Il est validé par une **charte des achats responsables** ainsi qu'une charte **éthique des affaires** qui prône des valeurs communes, essentielles à la conduite de pratiques saines. Au fil de la demande des marchés, les partenariats grandissent au grès d'offres nouvelles, d'expertises spécifiques, d'accords commerciaux.

La qualité, une valeur transversale

Chez Coverpla, la qualité est l'affaire de tous et non l'apanage d'un service dédié. Si elle vise avant tout la satisfaction clients, elle est une motivation gratifiante pour l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise. Ces derniers profitent d'un Système de Management de la qualité et de méthodes de travail collaboratives pour optimiser leurs démarches d'amélioration continue.

Coverpla s'appuie en outre sur le référentiel **ISO 9001** pour évaluer chaque opportunité et risque afin de progresser en faveur de la **satisfaction clients** et autres parties prenantes.

Les audits, plus fréquents, menés par ses clients lui permettent de confirmer et d'optimiser ses bonnes pratiques, de la production au service client.



2

Une présence mondiale, des segments de marchés et un socle de clients élargis

pour une performance significative, mais raisonnée de l'entreprise, avec un niveau de rentabilité satisfaisant.

COSMOPROF
Bologne



L'année 2024 en quelques chiffres clés

- 22 M€ de CA en 2024 - 35 % France/65 % Export
- 71 pays couverts au cours de ces 3 dernières années
- 4 nouvelles destinations en 2024 : Brésil, Azerbaïdjan, Panama et Mayotte
- 12 agents à travers le monde
- 584 clients actifs



Nos agents à
travers le monde



UPPER



CLOCHE BUBBLE

Une présence mondiale

Depuis son ouverture historique au marché italien, Coverpla a étendu sa présence en Europe et dans le monde, jusqu'à couvrir plus de 70 pays grâce au support de 12 agents (Allemagne, Colombie, Espagne, Grèce, Israël, Japon, Paraguay/Uruguay, Pays scandinaves, Pologne, Thaïlande, Turquie, Mexique) et d'une équipe commerciale composée de 15 personnes, sous le pilotage d'une direction dédiée. De New York à Hong-kong, de Varsovie à Monaco, les équipes de Coverpla multiplient leur participation à des **salons professionnels** référents. Grâce à cette visibilité accrue, les jeunes marques sont de plus en plus nombreuses à faire confiance à Coverpla pour accompagner leurs lancements.

De la parfumerie à la home fragrance

Connu pour son offre de solutions produits destinée à la fragrance et à la beauté, Coverpla étend à présent son catalogue à l'univers des senteurs pour la maison. En scellant de **nouveaux partenariats**, Coverpla répond à la demande de produits différenciants. Pots à bougie, flacons senteurs, sprays... Ils abordent des designs originaux et sont pour certains de vrais modèles d'écoconception.



FLAcons
HOME FRAGRANCE



Recherche de **performance**

Pour rester compétitive, l'entreprise doit sans cesse se réinventer : optimiser ses process et explorer ses indicateurs de performance. Parmi les chantiers d'envergure, on retiendra l'optimisation de L'ERP au plus près des besoins clients (gestion de projets, module qualité et CRM en cours d'analyse), la rationalisation des flux (livraison, stockage, production), la digitalisation de process administratifs ou industriels ou la restructuration des ateliers pour un trafic optimisé.

Le stockage, soumis à une recherche constante d'optimisation, connaîtra une étape de restructuration en 2025.



Témoignage

Magdalena BIELECKA
Agent commercial à Varsovie

Magda représente Coverpla en Pologne depuis plus de 10 ans. Le parfum, elle connaît bien puisqu'elle accompagne également la maison de composition grasse Jean Niel. Cette approche globale des métiers facilite sa compréhension des enjeux et l'aide à mieux conseiller les marques, de la fragrance au packaging. « J'ai assisté à la mutation du marché polonais qui, il y a 15 ans s'intéressait plus au prix qu'au produit. Une nouvelle clientèle est née et les consommateurs ont commencé à se tourner vers des produits internationaux, plus haut de gamme. Aujourd'hui, les marques de parfum se multiplient en Pologne et les enseignes de prêt-à-porter ou d'accessoires fashion se diversifient sous la houlette de vedettes à la mode. En cela, les nouveaux courants de la home fragrance jouent en faveur d'une certaine premiumisation, qu'il s'agisse des ingrédients ou du packaging.

“ Le réseau international de Coverpla est pour moi une vraie valeur ajoutée. Cette proximité sur le territoire me permet d'exercer ma passion pour ces univers de la fragrance et la cosmétique en créant avec nos clients des liens authentiques et durables, en relation étroite avec l'équipe de Nice - conclut Magda. ”

Accélérer la croissance

En 2023, Coverpla rejoignait la promotion 8 du programme «accélérateur national» de **bpifrance**. Son objectif était d'accélérer sa croissance et de faire progresser ses ambitions pour changer d'échelle, analyser ses besoins afin de s'entourer des ressources humaines et techniques indispensables à son développement.

Puis en 2024, l'entreprise accueillant Généo Capital Entrepreneur à son board, s'impliquait dans le carnet de croissance de son actionnaire avec pour ambition de poursuivre les programmes formateurs de bpifrance.

Aujourd'hui, Coverpla entend profiter du double accompagnement de ces deux partenaires. Ces outils d'accompagnement permettent à Coverpla de gagner en maturité et d'identifier des leviers de croissance en définissant des objectifs ciblés, mais aussi de rester ouverts aux nouveaux outils capables d'accompagner l'entreprise dans son développement. Citons le domaine de **l'IT avec la question de la cyber sécurité, celui de l'IA, incontournable...**

Dans ce contexte, la RSE doit être considérée dans son entier comme un pilier indissociable des affaires. A chaque entreprise de créer de la valeur en cherchant les justes compromis entre rentabilité/productivité et conscience.

2023



2024

3

Une offre globale
marquée par
une exigence de
développement
durable,
une expertise
approfondie

(conseil, design, 3D,
fournitures standards, co-crédation
de produits spécifiques,
stockage, fabrication et livraison)
pour accompagner nos clients
et sublimer leurs projets créatifs.

L'année 2024 en quelques chiffres clés

- 17 flacons et 6 capots « **green attitude** » au catalogue
- 4 % du CA réalisé avec des articles « **green attitude** »
- 14 % du CA réalisé avec des articles personnalisés
(12 % en 2023)
- -12 % de kWh d'électricité consommés par rapport à 2023
- 16 % de matière recyclée utilisée à l'injection (surlin, PP)
- 100 % d'énergie verte



Capot personnalisé



Or à chaud



OLIVIA
frêne blanc cerné /
naturel



Une dépense énergétique contrôlée

Coverpla a souscrit un **contrat avec EDF** par lequel l'intégralité des kWh consommés est compensée par une production d'**énergie verte** (1 kWh consommé = 1 kWh produit en électricité verte).

Par ailleurs, Coverpla veille à réduire l'impact environnemental de ses bâtiments et de ses process. En acquérant ses dernières machines d'injection et de décor nouvelle génération, l'entreprise a fait le choix d'options additionnelles dites « économie d'énergie ». Coverpla a également procédé à l'isolation des ouvrants, remplacé les dernières chaudières gaz et fioul par des pompes à chaleur et investi dans une flotte de voitures hybrides rechargeables avec l'installation de 3 bornes de recharge. L'atelier s'est doté de broyeurs permettant le recyclage de la matière en amont de l'injection. En ligne avec son choix de supprimer les décors émail en sérigraphie qui nécessitent une température de cuisson élevée et présentent des risques pour les collaborateurs, Coverpla déploie son expertise du marquage à chaud, comme une alternative esthétique et responsable, notamment sur les teintes or et argent jusqu'à présent exécutées en sérigraphie à partir de métaux précieux.

Coverpla élu **Eclaireur Coq Vert**

Fort de son engagement exemplaire en faveur du climat, Coverpla a été nommé Éclaireur de la communauté **Coq Vert de bpifrance** pour les départements de l'Est-Var et des Alpes Maritimes. Parmi les 150 éclaireurs français, seulement 4 représentent cette région. Chacun des adhérents à la charte s'engage à partager son expérience avec la communauté.



Capot
personnalisé



Capot
personnalisé

NEUTRALITÉ CARBONE
CO₂

VERTIGO,
Flacon rechargeable



Or à chaud



2025 : objectif neutralité carbone

Réalisé en 2020, le premier bilan carbone identifiait deux axes d'amélioration que sont la fabrication du verre et le fret. Depuis, Coverpla travaille de concert avec partenaires verriers et clients afin de diminuer ces émissions. Le choix de produits revendiquant **un verre 100 % issu du recyclage** n'est pas étranger à ces objectifs.

Un nouveau bilan sera réalisé en 2025 à **partir d'un outil spécifiquement paramétré** par lequel Coverpla sera en mesure d'indiquer à ses clients l'impact carbone de leurs projets, par produit en leur apportant ses meilleures recommandations.

Du mix and match au produit spécifique

Jusqu'à présent, l'offre de Coverpla reposait sur l'assemblage de produits packaging standard. Du mariage entre un flacon, un capot, une pompe, puis d'un décor original, naît la **magie de la personnalisation**.

Coverpla étend son service en répondant à présent à la demande de **développements spécifiques**. De la conception d'un produit à la réalisation d'une forme verrière en passant par la création d'un capot personnalisé, le service développement packaging dédié de l'entreprise est en mesure de prendre en charge cette nouvelle typologie de projets. Coverpla challenge son modèle pour mieux répondre à la demande des marchés.



Témoignage

Gautier VANDENBOGAERDE

Directeur du pôle carbone PME/ETI
du cabinet R3

Gautier rencontre Coverpla dans une ancienne vie professionnelle. Puis en 2021, il s'attaque au tout premier bilan carbone de l'entreprise sous l'enseigne R3 dont il est associé, en charge de l'expertise carbone et climat. Moyennant une collecte des données assidue, les résultats ont permis aux équipes de comprendre l'origine des émissions et d'adopter un plan d'action pour les 4 années à venir.

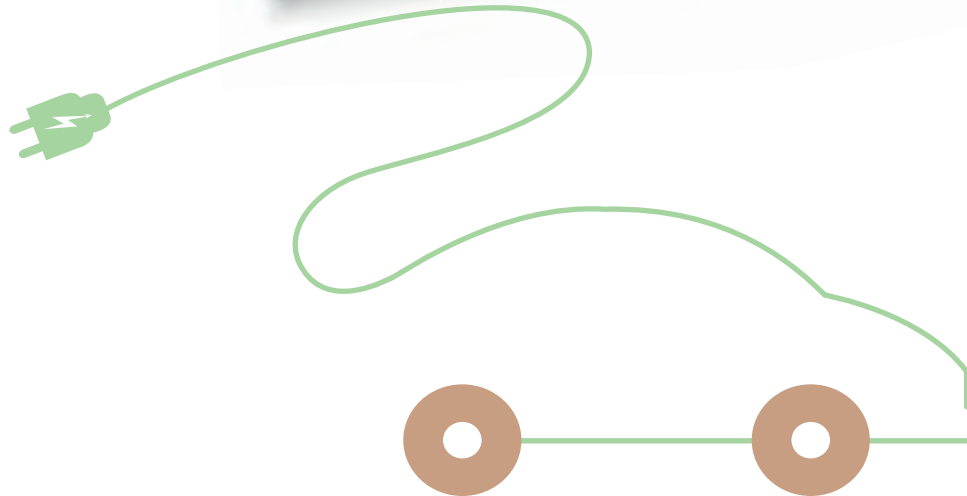
En 2025, le nouveau bilan carbone, c'est Coverpla qui le construira, sous l'accompagnement de R3. Comment ? en entrant ses données sur une plateforme digitale dédiée. En agissant ainsi, Coverpla gagne en autonomie et profite d'un outil ultra perfectionné. Adossé à une base de données spécifique aux produits du catalogue, cet outil permet d'afficher pour chaque projet une estimation réelle de l'impact généré produit par produit ; ceci afin d'éclairer chaque client, et lui soumettre d'éventuelles alternatives.

“ J'ai hâte d'entamer ce nouveau bilan carbone, de découvrir les résultats chiffrés, avant d'écrire ensemble une nouvelle feuille de route vers la décarbonation. Je suis fier d'accompagner une entreprise comme Coverpla dont la montée en compétence et en maturité est impressionnante. En cela le bilan carbone n'est que le début de l'aventure. ”

Des achats 100 % responsables

Coverpla conduit une politique d'achat rigoureuse à tous les niveaux de l'entreprise en ligne avec la charte des achats responsables signée par l'ensemble des collaborateurs.

Sont sélectionnés exclusivement des produits fonctionnels responsables et respectueux de la planète. A ce jour, l'ensemble du papier utilisé est labélisé **FSC** ou issu d'une filière de recyclage.



4

Une équipe enrichie de nouveaux talents

qui bénéficie de la transmission et des valeurs des anciens. Experte et épanouie, elle évolue avec agilité dans un climat de confiance, de fluidité et d'ouverture.

Flacon LAURA
Capot PERLA



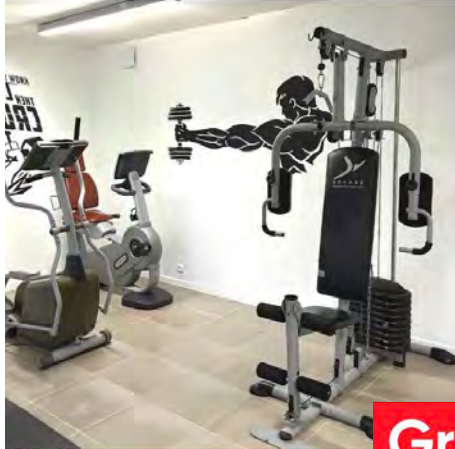
REPLICA - Nomade

L'année 2024 en quelques chiffres clés

- **14 ans** d'ancienneté moyenne
- **2.4%** de taux d'absentéisme (-25 %/2023)
- **0** accident du travail en 2024
- **42%** de salariés formés en 2024 (13 %/2023)
- **4%** d'emplois juniors
- **7%** d'emplois seniors
- **Totale** parité hommes-femmes

Un COPIL d'actionnaires

En 2024, alors que Coverpla accueillait Généo Capital Entrepreneur, son nouvel actionnaire, 6 cadres de l'entreprise formaient le nouveau COPIL d'actionnaires autour de Bruno Diepois, président, et de Sébastien Saussereau, directeur général. Tous responsables de service, ils marquent leur implication dans l'avenir de l'entreprise honorant ainsi la valeurs fondamentales de la transmission... Enfin, pour répondre à l'extension de son offre client, Coverpla crée de nouveaux postes à responsabilités.



Salle de sport Coverpla

**Great
Place
To
Work®**

Vivre heureux dans l'entreprise

Après de nombreux aménagements en 2022, Coverpla poursuit ses efforts à la lumière des retours salariés. **Santé, sécurité et bien-être au travail** sont les mots clefs de cette mission quotidienne.

La mise en place d'équipements ergonomiques sur certains postes de production s'est poursuivie cette année.

La restructuration de l'atelier décor et du studio prépresse ont permis de rationaliser l'espace et les flux pour une meilleure fonctionnalité et plus de confort pour les équipes.

De nouveaux sanitaires et de spacieux vestiaires ont vu le jour tandis que le réfectoire attenant aux ateliers de production mérite à présent de s'appeler « la cafet' », le petit nom qui lui a été donné en interne.

La **salle de sport «by Coverpla»** fait des émules sous le coaching bienveillant d'une personne dédiée.

Parmi les récents aménagements, l'accueil et les bureaux du rez-de-chaussée ont été réorganisés pour plus de confort et une meilleure fonctionnalité.

Cette année encore, les mesures d'exposition à certains produits chimiques ont confirmé qu'il n'existe aucun risque pour le personnel.

Le stockage des produits chimiques a connu une totale restructuration afin de sécuriser les espaces de travail attenants.

Le CSE de l'entreprise profite d'une formation portant sur de nouveaux aspects de la sécurité au travail.

Dès sa tout première participation, Coverpla a reçu la **Certification Great Place to Work**. Elle a été confirmée cette année.



Atelier décor





Témoignage

Frédéric MONTALI

Responsable Développement Packaging

En ligne avec son nouveau positionnement, Coverpla élargit son offre par un service dédié à la création d'un packaging sur-mesure. Frédéric Montali endosse cette nouvelle fonction. Son approche porte autant sur la personnalisation d'un flacon auquel on peut ajouter une gravure ou dont on peut transformer le col, la conception d'un capot spécifique, ou le développement complet d'un modèle verrier, du design aux livraisons industrielles.

“ Lorsque je suis arrivé à Nice voilà bientôt un an, j'ai intégré non seulement une nouvelle équipe, mais également contribué à définir le périmètre de ma fonction. Je dois dire que l'accueil « Coverpla » n'est pas une légende. Les valeurs humaines, le dialogue et la solidarité des équipes m'ont fait gagner un temps précieux. Ma mission a pris forme en quelques mois entre les objectifs préalablement définis, les demandes effectives des clients et mon approche du métier. Grâce à mon expertise du verre, j'ai pu très vite agir en force de proposition pour mieux matérialiser notre offre de service. ”

Aujourd'hui Coverpla peut dire OUI aux demandes spécifiques des clients, et leur proposer un vrai service et la maturité d'un accompagnement cousu main.

Formations et partages de compétences

Pour accompagner sa progression, Coverpla s'ouvre à de nouveaux métiers pour de nouvelles fonctions. C'est le cas de son ouverture au développement packaging piloté par un responsable de projets dédié.

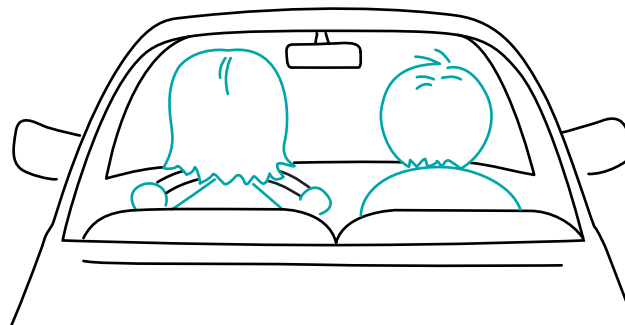
Des formations sont régulièrement proposées à l'ensemble du personnel en fonction des besoins de la société permettant à chacun d'acquérir de nouvelles connaissances ou compétences en lien avec son activité.

De plus, chaque nouvel entrant bénéficie d'un suivi et d'une formation permettant sa pleine intégration dans l'entreprise.

« Vis ma vie »

L'idée est simple. A l'occasion de son anniversaire, chaque collaborateur de l'entreprise choisit de passer une demi-journée en binôme avec l'un de ses collègues : atelier, logistique, planning... Cette immersion permet alors de mieux comprendre les enjeux et les contraintes d'un poste ou d'une personne pour mieux travailler avec elle.

En 2024, ce sont **45 demi-journées** « Vis ma vie » que Coverpla aura organisé en interne, soit tous les salariés. Si au cours de la première année, chacun s'est plié à l'exercice, la seconde sera plus basée sur la décision de chacun.



5

L'installation d'une cellule de veille réglementaire et environnementale



Dans ce nouveau contexte d'ouverture et de croissance qui est celui de Coverpla, face à une situation géopolitique mouvementée, à l'évolution des dispositifs réglementaires visant un packaging plus respectueux, les entreprises de la filière ont le devoir de s'informer. C'est le cas de Coverpla.

Rester attentif à ses marchés pour mieux les servir, s'ouvrir à de nouveaux segments, passent par une connaissance en temps réel des tendances, des attentes consommateurs, des récentes innovations, des nouveaux entrants, de la concurrence.... La loi, les contraintes et les pressions en font partie.

Pour toutes ces raisons, Coverpla profite non seulement de l'accompagnement ciblé de **Généo Capital Entrepreneur** via son **carnet de croissance et de bpifrance**, elle a également choisi de mener une veille réglementaire et technologique sur l'actualité qui la concerne. Les informations réunies et l'analyse des données lui permettront d'adapter sa posture ou de conforter ses choix et de mieux accompagner ses clients sur leurs options packaging (design, écoconception, produits concurrents...).

TESS
Flacon rechargeable



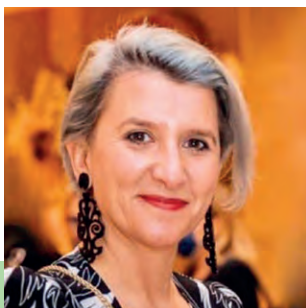
ÉCOBOTTLE
Flacon rechargeable



VERDI
Flacon rechargeable

bpifrance

GENEO
Capital Entrepreneur



Témoignage

Eva LAGARDE

Créateur de Re-Sources

Experte et passionnée du packaging beauté, Eva aide les professionnels de l'industrie à comprendre les enjeux de la durabilité afin de leur éviter la dérive du "greenwashing" en développant des innovations pertinentes pour l'environnement. Elle organise pour cela des ateliers sur les tendances, les innovations, et les données techniques et réglementaires.

Pour Coverpla, Eva analyse les marchés et les tendances. Son étude et son observation permettent d'aider l'entreprise à s'engager vers de nouvelles stratégies métiers-marchés.

“ Les consommateurs désirent consommer mieux, mais ils sont déroutés par le manque de clarté sur l'offre. C'est aux marques de communiquer sur les atouts de leurs produits et concrètement sur leur durabilité. Il est important de développer des solutions responsables et créatives, et non de mettre l'existant à la sauce 'green', analyse celle-ci. ”

Dans son approche, Eva prône ce qu'elle appelle la pensée créative qui permet de faire de la contrainte durable, un levier de performance.

Pour elle, l'univers de la beauté a de beaux jours s'il revoit son modèle sur l'ensemble de la chaîne de valeur. En cela Eva accompagne Coverpla vers une croissance plus mature et consciente.



RT-TWIST
Système de recharge



coverpla

FRAGRANCE & BEAUTY PACKAGING