

Bilan
d'impact sociétal et
environnemental

coverpla
FRAGRANCE & BEAUTY PACKAGING



Sébastien Saussereau,
Directeur général



Parole de dirigeant

« Ensemble,
on est plus fort »

Depuis, l'arrivée de **Geneo Capital Entrepreneur** comme **actionnaire majoritaire**, Coverpla bénéficie d'outils et de méthodes qui l'aident à orchestrer sa croissance avec au centre, une solide stratégie de décarbonation.

Aidé de Bruno Diepois, et de l'équipe dirigeante, recevant l'engagement de ses collaborateurs, Coverpla consolide ainsi sa feuille de route.

Si l'entreprise se distingue par son ouverture au changement, il lui reste pour autant du chemin à parcourir.

En complément de nos deux premiers bilans carbone, le **programme Act pas à pas de l'Ademe** nous aide à prendre conscience d'une situation donnée, avant d'identifier nos objectifs et de structurer notre plan d'action.

La décarbonation n'est pas une option, qu'importe le chemin, la destination est claire. Conscients de la pression qu'exercent les parties prenantes, la réglementation et, bien sûr nos clients, nous devons agir et faire des sujets écologiques autant d'opportunités économiques et de différenciation.

A nous de jouer.

Sébastien SAUSSEREAU
Carole PASTORELLI
Benoit ROSSI



Marc JABOULAY
Florence GHILARDI
Bruno DIEPOIS

Qui sommes-nous ?

Fondée il y a **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 des senteurs pour la maison.

Avec plus de 250 références, **des filiales aux Etats-Unis et en Italie** et un solide réseau de business partners, Coverpla accompagne le développement de jeunes marques à travers le monde et les aide à grandir. On lui accorde un positionnement fort, la qualité de ses produits, la créativité et l'agilité de son offre.

Une ère nouvelle

Dès 2023, Coverpla profitait du soutien de l'accélérateur de croissance bpifrance et initiait une réflexion sur de nouveaux objectifs de croissance. Puis l'entreprise accueillait un nouveau pool d'investisseurs mené par Généo Capital Entrepreneur, se dotant de nouveaux moyens pour accélérer sa croissance.

Cette étape marque la montée en puissance de l'équipe de management autour de **Sébastien Saussereau, directeur général**.

Avec Geneo comme actionnaire majoritaire, Coverpla profite d'un accompagnement solide et éclairé, d'outils pertinents, et d'une écoute humaine en ligne avec ses valeurs propres.

80
ans
1946-2026



by **coverpla**

*Flacon OSCAR
Capot EMY*



*Flacon KARMA
Capot AZERO*



*Capots
personnalisés*

Des produits **made in Europe** à personnaliser

Coverpla conçoit et développe ses propres modèles en complément des articles standards sourçés ou produits en connivence avec ses partenaires européens (verriers, fabricants de capots et de pompes...)

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, ou très rapidement sur commande, 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.

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 **80 ans**, Coverpla a acquis une connaissance poussée des marchés et des tendances consommateurs.

1

Des clients
ambassadeurs,
et un écosystème
solide de
partenaires

2

Une présence
internationale,
maîtrisée
et performante

3

Une offre
globale,
innovante
et durable



4

Une équipe
engagée,
experte et agile

5

Une veille
réglementaire et
environnementale
structurée



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

2

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

3

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

4

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.

1

Des clients ambassadeurs

susceptibles de recommander spontanément la marque Coverpla, un écosystème de partenaires performants et engagés, défenseurs de valeurs communes telles que le Made in Europe et les pratiques responsables.

L'année 2025 en quelques chiffres clés

- **99%** de taux de service
(34 réclamations acceptées/ 2324 factures)
- **129** nouveaux clients, dont 30 % par recommandation
- **100%** des achats réalisés en Europe, dont **32%** en France
- **13** actions solidaires de mécénat
- **90%** de fournisseurs ont signé la charte des achats responsables et d'éthique des affaires





Siège social



Marquage à chaud



*Flacon FIRENZE
Capot AZERO*



Capot surlyn

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 lié 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, défendre de grandes causes..., sont autant de motivations pour Coverpla dans ses actions de mécénat et de sponsoring.

En 2025, 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
- **Les Etoiles des Pyrénées** à qui Coverpla a choisi de donner l'ensemble de ses produits invendus pour soutenir la prévention santé et l'entraide sociale
- **UPE06** (Union Pour l'Entreprise des Alpes Maritimes), une implication économique et sociétale locale
- **Polyvia** (syndicat professionnel de la filière plasturgie) pour de précieux échanges sur l'innovation, les nouveaux matériaux, la réglementation...
- **Pro-Am des Parfumeurs** : soutenir un rendez-vous historique en pays grassois et en offrir le trophée
- **The Fragrance Foundation**, une synergie professionnelle exceptionnelle
- **Théâtre National de Nice**, de beaux programmes culturels à applaudir
- **Enfance Majuscule**, ou comment soutenir les droits de l'enfant par l'instruction
- **La Ligue contre le Cancer**, une bataille à mener sans relâche
- **Mécénat Chirurgie Cardiaque**, une belle énergie pour opérer des enfants atteints de malformations cardiaques
- **Octobre Rose**, coureurs ou marcheurs, l'équipe de Coverpla soutient la cause du cancer du sein
- **OGC Nice Handball féminin** : « allez les filles »
- **4 L Trophy**, le premier rallye solidaire 100 % étudiant, sur les routes du Maroc. Co-sponsorisée par des acteurs de la profession, la 4L niçoise a tenu ses promesses sportives et humanitaires



Capot MAGNET



Témoignage

Laetitia MONTI

Responsable des ventes France

« *Bientôt 20 ans que Laetitia fait partie de l'équipe commerciale de Coverpla. Au fil du temps, son poste et ses responsabilités ont évolué. Longtemps ADV, (Administration des ventes), elle est aujourd'hui en charge des ventes France.*

« Notre équipe commerciale se structure et gagne en maturité. D'un fournisseur de produits, Coverpla est devenu un point d'entrée unique pour les marques désireuses de nous confier des projets dans leur globalité (choix des produits, personnalisation, calcul de l'empreinte environnementale). Nous sommes partenaires de nos clients, capables d'agir sur l'identité d'une marque, son positionnement, son histoire, explique Laetitia. Ce qu'ils disent de nous ? Ils parlent de proximité, d'écoute, d'adaptabilité. 30 % d'entre eux nous arrivent sur recommandation ».

Outre les clients, les partenaires industriels de Coverpla sont d'excellents prescripteurs. Avec eux, la fidélité repose sur les valeurs communes et le respect des engagements. Anticipation des commandes et des stocks, gestion des volumes, partage de compétences..., cette fidélité se joue à double sens.

Les intermédiaires, tels que les consultants marketing, les designers ou les experts du packaging voient en Coverpla une solution clef en main, un réseau, des prix, une capacité à gérer les petits lancements... le mouton à cinq pattes, quoi. »



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 et d'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 gré d'offres nouvelles, d'expertises spécifiques, d'accords commerciaux.

La qualité, une valeur transversale

Régie par un Système de Management et des méthodes collaboratives, la qualité est pour l'ensemble des collaborateurs une démarche 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.

Pochet et Coverpla ont célébré 40 ans de partenariat en créant ce modèle symboliquement nommé EMERAUDE, comme les noces du même nom.

2

Une présence internationale, maîtrisée et performante

pour des marchés diversifiés, et une croissance rentable.



COSMOPROF
Bologne

L'année 2025 en quelques chiffres clés

- 22 M€ de CA en 2025 - 36 % France/64 % Export
- 70 pays couverts au cours de ces 3 dernières années
- 13 business partners et 2 filiales à travers le monde
- 564 clients actifs
- 11 salons à travers le monde

Business partners à travers le monde





UPPER



Flacons
HOME FRAGRANCE

Une présence mondiale

Depuis son ouverture historique au marché italien, Coverpla a étendu sa présence en Europe et dans le monde, jusqu'à couvrir 70 pays au cours de ces 3 dernières années, grâce au support des business partners et d'une équipe commerciale composée de 17 personnes. 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. Au cours de l'année, Coverpla a réuni l'ensemble de ses équipes et business partners autour d'un séminaire axé sur la cohésion, la connaissance et le partage des stratégies.

De la parfumerie à la home fragrance

Au-delà de la beauté et du parfum, Coverpla continue d'étendre 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 dont certains sont de vrais modèles d'écoconception.



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 (module qualité et CRM en cours d'implantation), la rationalisation des flux (livraison, stockage, production), la digitalisation de process administratifs ou industriels, l'introduction de l'IA, ou la restructuration des ateliers pour un trafic optimisé.

Le stockage, soumis à une recherche constante d'optimisation, a été totalement repensé au cours de l'année.

En 2025, l'entreprise s'est dotée d'une imprimante 3D afin de réaliser des maquettes et de petits outillages.



Témoignage Philipp MULLER

« Philipp Muller est l'un des plus anciens business Partners de Coverpla (31 ans). Son bureau ParcoPack basé en Allemagne, couvre également la Suisse et l'Autriche.

« Nous déployons l'ensemble de l'offre Coverpla et accompagnons nos clients dans leurs développements, du mix & match à la personnalisation, surtout sur les marchés de la cosmétique. Avec les équipes de Nice, nous agissons en totale interaction, explique Philipp.

Ce que je pense de Coverpla? Une équipe formidable, tendue vers le service client. » À propos du réseau partenaire, Philipp évoque l'état d'esprit et le partage des valeurs qui se propage d'un pays à l'autre. « En 2025, nous étions tous réunis pour un séminaire. C'était pour nous comme une réunion de famille axée sur l'échange et le partage. »

À l'approche de la retraite, il évoque mille et un souvenirs :

« Je n'oublierai jamais ma première rencontre avec François Campagne en 1995, et de tous ces beaux projets qui ont suivi! Depuis, la culture d'entreprise n'a pas cessé de mûrir. »

Dans quelques mois, Philipp passera la main à son fils :

« Dominique se concentrera d'abord sur les ventes en Allemagne, puis sur la Suisse et l'Autriche. Ensuite, il prendra ses fonctions de direction. C'est agréable de voir comment ce jeune homme aborde la résolution des problèmes et à quel point il est bien accepté par les clients. J'ai vite compris qu'il était temps de me retirer! » conclut-il. »

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. Leurs outils et méthodes lui permettent 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 et le sujet phare portant sur l'impact (sociétal et environnemental)**.

L'extension des périmètres d'expertise avec le recrutement de nouveaux talents et une meilleure connaissance des tendances marché en font partie.

Coverpla remplit ses objectifs de croissance en renforçant sa présence à l'international. En 2025, l'entreprise scelle un nouveau partenariat commercial en Corée du Sud, un marché stratégique. Elle participe à de nouveaux salons à Londres et bientôt à Dubaï.



Dominique Markus MULLER

3

Une offre globale innovante et durable

Proposer une offre complète intégrant expertise technique, accompagnement sur mesure et exigences réglementaires

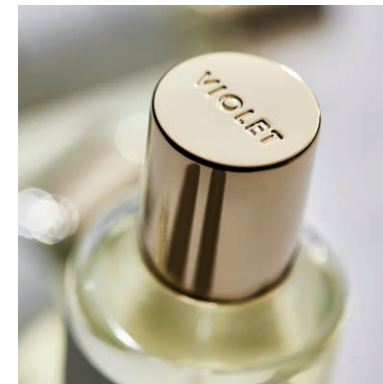


L'année 2025 en quelques chiffres clés

- **3** nouveaux flacons rechargeables développés ou initiés en 2025
- **15%** du CA réalisé avec des articles personnalisés (14 % en 2024)
- **-12%** de kWh d'électricité consommés au cours des trois dernières années
- **16%** de matière recyclée utilisée à l'injection (surlyn, PP)



Vapo VERDI 100 ml dépoli
Capot LOG



Flacon URBAN



Capot OLIVIA

Une dépense énergétique contrôlée

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 remplacé les ouvrants des ateliers, et installé une 4ème borne de recharge pour les véhicules électriques et hybrides des collaborateurs et ceux de l'entreprise.

Une empreinte carbone toujours plus légère

Le premier bilan carbone réalisé en **2021 sur les données 2019**, avait identifié deux axes d'amélioration que sont la fabrication de certains matériaux comme le verre, et le fret. Grâce aux actions menées avec ses partenaires verriers et à la sensibilisation des clients, le bilan carbone réalisé en **2025 sur les données 2024**, présente des résultats encourageants. Les actions les plus significatives sont les suivantes :

- Limitation du fret aval par avion au profit du transport maritime
- Augmentation du nombre de références rechargeables et/ou en verre allégé

Le second bilan carbone aura permis d'identifier de nouvelles actions qui seront activées dans les années à venir.

Par exemple :

- Sélection de fournisseurs dont les process sont les plus vertueux
- Développement de nouveaux capots intégrant une part de matière recyclée

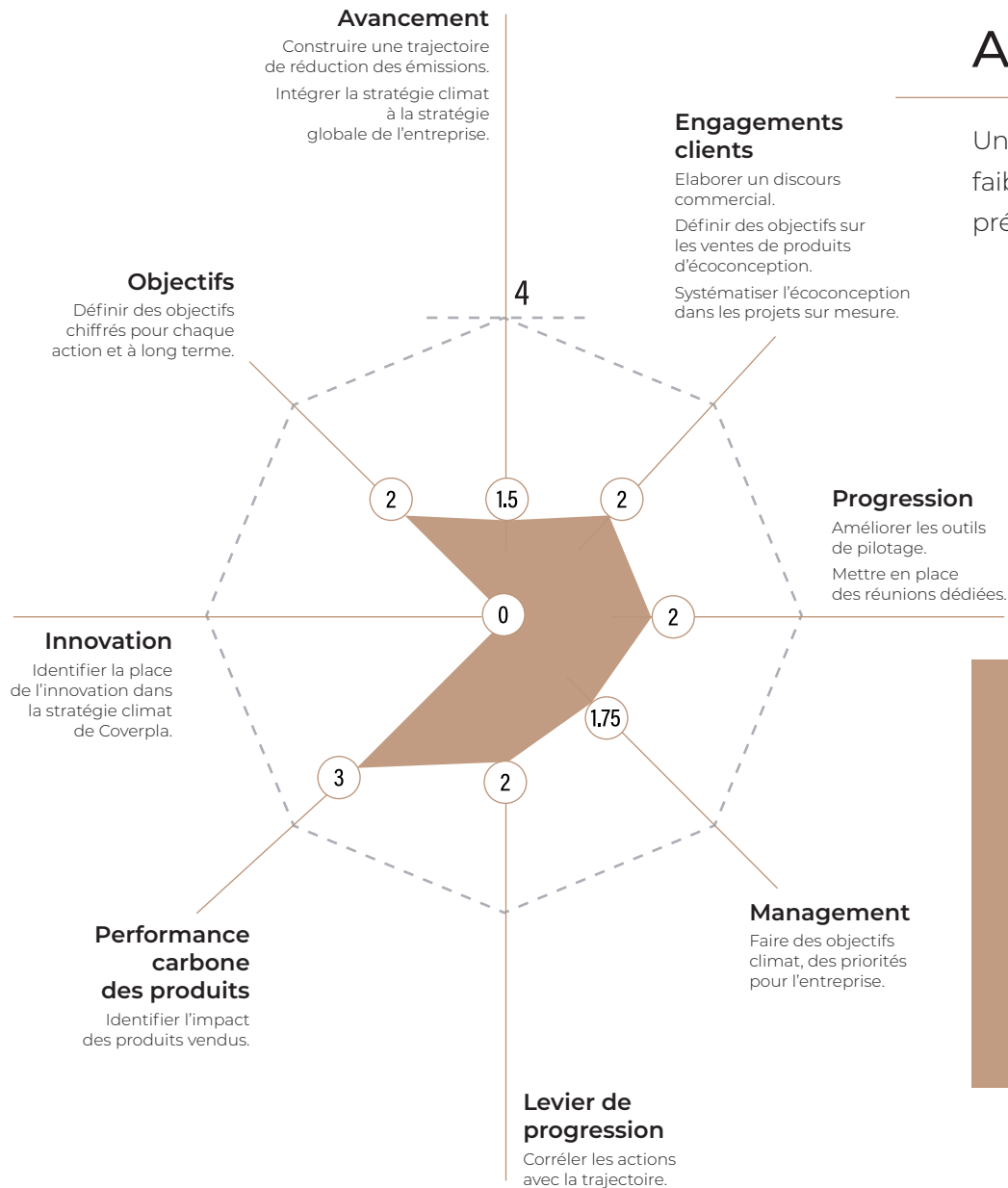
Horizon 2050

À l'issue de son second bilan carbone, Coverpla intègre la **Promo I du collectif de Genéo** dans le cadre du programme ACT pas à pas (Accelerate Climat Transition). Plus exigeant qu'un bilan carbone, ce dispositif consiste à identifier les actions fortes à l'horizon 2050. Coverpla s'y engage avec ses pairs sous la houlette d'une équipe interne dédiée.

« Le programme **Act pas à pas** construit par l'Ademe permettra à Coverpla de structurer sa stratégie. Cette nouvelle méthode vient en complément des grands axes de ce rapport et des piliers qui constituent la colonne vertébrale de l'entreprise. » explique Sébastien Saussereau.



Vapo NEO 50 ml
Capot FIT



Act pas à Pas

Un constat préalable aura permis à Coverpla d'identifier ses forces et ses faiblesses avant de dessiner un plan d'action réaliste et réalisable. Coverpla présente les atouts suivants :

- Une culture « climat » historique
- La signature « made in Europe » synonyme de qualité et de sécurité
- La proximité des clients dans le monde
- Un savoir-faire reconnu



Selon la grille d'évaluation ci-contre, Coverpla a défini ses objectifs :

- Fournir un niveau d'information soutenu à ses clients
- Faire du sur mesure en intégrant l'écoconception
- Connaître et anticiper la réglementation
- Axer le processus de reporting Climat sur les objectifs et KPI's
- Se former à l'écoconception et savoir mieux communiquer



Témoignage

Claudia KIENTZLER

Business Partner Impact & Sustainability GENE0

« Depuis son tout premier audit de la situation d'impact et de durabilité de l'entreprise en 2023, Claudia accompagne Coverpla sur le chemin de la décarbonation.

« Dès notre rencontre, Coverpla nous a très vite impressionnés par son engagement et sa maturité en termes de RSE. Cet argument a d'ailleurs joué en faveur de notre acquisition », commente-t-elle. Dès janvier 2024, Coverpla a bénéficié du soutien stratégique et opérationnel de GENE0, aux plans collectif et individuel.

A l'échelle collective, Coverpla a rejoint le Club Impact avec d'autres entreprises dans lesquelles GENE0 a investi. Partage autour de sujets de décarbonation, d'écoconception ou encore de préoccupations sociales, comme la diversité ou le handicap, interventions d'experts, retour d'expérience, échanges informels..., l'interaction profite à chacun.

Au plan individuel, Coverpla reçoit l'aide du cabinet Carbon Cutter dont le binôme avec GENE0 l'aide à intégrer le programme ACT pas à pas, une méthode française développée par l'ADEME.

« Grâce au second bilan carbone de 2025, nous disposons d'une mise à jour fiable et exhaustive des émissions poste par poste. Ces précieux indicateurs nous permettent de définir une stratégie de décarbonation et mener une conduite du changement efficace, explique Claudia. La règle est d'agir sur les émissions d'une manière globale, soit sur l'ensemble de la chaîne de valeur, quitte à redéfinir l'offre des produits et services »

Et de conclure : « Nous avons confiance en la gouvernance de Coverpla. Elle fait clairement partie de nos meilleures élèves. » »

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 et d'éthique des affaires signée par l'ensemble des collaborateurs.

Sont sélectionnés majoritairement 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.



Flacon OSCAR
Capot OLIVIA



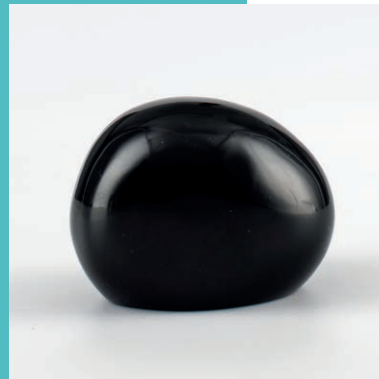
Flacon VERDI



4

Une équipe engagée, experte et agile

Encourager les talents,
transmettre les savoirs
dans un climat de
confiance et d'ouverture.



Capot KAYOU

L'année 2025 en quelques chiffres clés

- **13 ans** d'ancienneté moyenne
- **3.4%** de taux d'absentéisme
- **14 %** de salariés formés en 2025
- **7%** de salariés juniors
- **7%** de salariés seniors
- **Totale** parité hommes-femmes

Un COPIIL d'actionnaires

Depuis l'entrée de Généo Capital Entrepreneur comme actionnaire, 4 cadres de l'entreprise composent le COPIIL autour de Bruno Diepois, président, et de Sébastien Sausseureau, directeur général. Tous responsables de service, ils marquent leur implication dans l'avenir de l'entreprise honorant ainsi la valeur fondamentale de la transmission.



**Great
Place
To
Work®**



Vivre heureux dans l'entreprise

Après de nombreux aménagements depuis 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. De nouveaux équipements sont venus compléter le parc existant tels qu'un tapis de course.
- 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.

Coverpla soutient l'**organisation d'événements conviviaux** sur l'initiative de ses collaborateurs, par exemple : la St Patrick, Halloween, Noël.

Certains espaces naturels sont mis à la disposition des jardiniers en herbe.

En 2025, Coverpla a reçu à nouveau la **Certification Great Place to Work**.



Témoignage

Cédric CAUVIN

Responsable d'usine

« Arrivé en juillet 2025, Cedric pilote une équipe d'environ 25 personnes réparties sur les 3 ateliers (injection, assemblage et décor). Si dans un premier temps, il s'est concentré sur la planification de la production, son expérience de l'industrie agroalimentaire et de la gestion de projets, pourra très vite l'aider à réfléchir à des stratégies d'optimisation et à la mise en place d'outils et de méthodes propres, en ligne avec le référentiel ISO 9001.

« J'aimerais renseigner les procédures de maintenance, de nettoyage des machines, dresser des modules de formation par machine, participer à la réflexion sur la gestion des énergies, mais pas que... »

Autre compétence de Cédric : la formation, on y revient. Longtemps référent dans ce secteur, il a su identifier les besoins et monter des programmes sur mesure pour les équipes.

« Je crois en la valorisation des talents par la connaissance et l'expertise, explique-t-il. Le partage de compétence et la formation me semblent des piliers essentiels à la croissance de demain ».

Plein d'énergie, Cedric espère prendre part à l'optimisation des ressources industrielles de l'entreprise, et contribuer à ce climat de bienveillance qu'il admire tant.

« Dès mes premiers entretiens d'embauche, j'ai ressenti cette ouverture humaine et cette écoute qui caractérisent Coverpla. Je suis heureux de découvrir les univers de la fragrance et de la beauté, et de me former moi aussi aux spécificités du métier. Je suis prêt à en relever les challenges. » »

Formations et partages de compétences

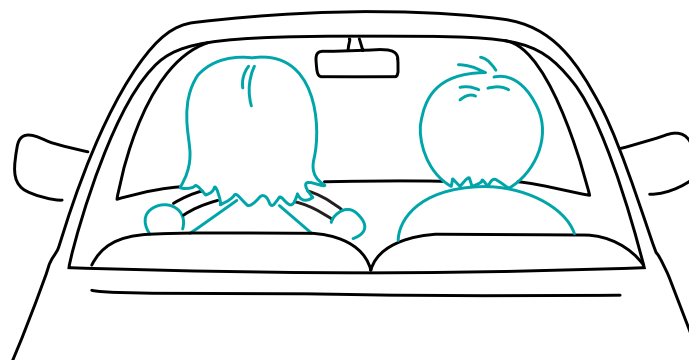
Pour accompagner sa progression, Coverpla s'ouvre à de nouveaux métiers pour de nouvelles fonctions. C'est le cas de son ouverture au développement packaging piloté par un responsable de projets dédié.

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.



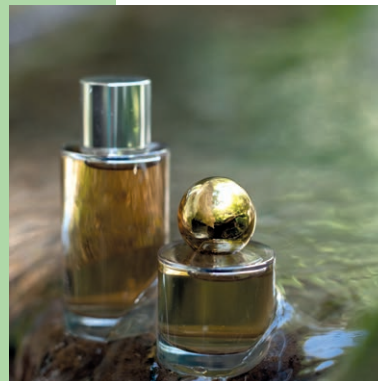
5

Une veille réglementaire et environnementale structurée

Observer, analyser, anticiper afin de transformer les contraintes en opportunités.



Flacons
HOME FRAGRANCE



Vapo LAURA 50 et 100 ml



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 bpi france**, 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...).



Capot TORRID

Bague CAPILLA





Témoignage

Amandine CATALA

*Correspondante qualité, sécurité,
environnement (Q,S,E)*

« Depuis plus de dix ans dans l'entreprise, Amandine a d'abord été animatrice qualité avant d'intégrer, voilà deux ans, les volets sécurité et environnement.

La qualité consiste à mettre en place et à faire évoluer le système de management dans le respect du référentiel ISO 9001 2015. L'accompagnement et la sensibilisation aux bonnes pratiques visent avant tout la satisfaction des clients.

Au plan « réglementaire », Coverpla répond aux exigences applicables aux produits cosmétiques.

La sécurité des collaborateurs se fait dans le respect du code du travail et en collaboration avec les membres du CSE (représentants du personnel).

L'environnement, un volet auquel Amandine s'est attelée lors du bilan carbone de 2024 avec les référents Coverpla.

« Sur la base des émissions pointées par notre dernier bilan carbone en comparaison du précédent, nous entamons une étape de transition, raconte Amandine. A nous de définir notre trajectoire de décarbonation ». Aidé d'un cabinet spécialisé, Coverpla travaille sur un plan d'action et définit des objectifs chiffrés, notamment dans le cadre du programme ACT pas à pas de l'ADEME. Agissant en pilote du projet, Amandine en suit chacune des étapes, formalise les trajectoires et définit les plannings.

« Pour mener à bien ce projet, nous devons générer une prise de conscience individuelle et collective », conclut Amandine car, ensemble, on est plus fort! » »





www.coverpla.com

301 boulevard de l'Observatoire, 06300 NICE - FRANCE

Tél. +33 (0)4 93 76 78 10

coverpla@coverpla.com