

# DOSSIER DE PRESSE

Mai 2025





## SOMMAIRE

- ◇ ÉDITO DE LAURENT BOIDI - DIRECTEUR GÉNÉRAL PHOTOWEB P.3
- ◇ UNE ENTREPRISE PIONNIÈRE HIER ET AUJOURD'HUI P.4
- ◇ PHOTOWEB : LA TRANSFORMATION P.6
- ◇ L'EXEMPLE DE L'IMPRIMANTE BELHARRA P.8
- ◇ FOCUS SUR : LE PREMIER PRODUIT ÉCO-CONÇU P.10
- ◇ CHIFFRES CLÉS DE PHOTOWEB P.12

## ÉDITO



**Laurent BOIDI,**  
Directeur général Photoweb

« Nous avons un vrai rôle à jouer dans la transformation du marché de l'impression photo »



La photographie permet de capturer des moments, des émotions, de les conserver et de les partager. Elle facilite l'expression à la fois individuelle et universelle et agit comme un témoin de moments vécus. La photo est aussi un outil de transmission et de projection où les souvenirs des générations futures seraient plus durables.

Nous devons imaginer ce futur durable dès aujourd'hui. Il y a une certaine urgence à agir pour renouveler le modèle de Photoweb, d'une part, et pour **jouer un rôle dans la transformation du marché de l'impression photo d'autre part**. C'est la raison pour laquelle depuis plusieurs mois, notre entreprise a entamé une mutation profonde, dont nous pouvons déjà en mesurer les résultats.

**En deux ans, nous avons déjà réduit notre empreinte carbone de 23 %.** Une avancée rendue possible grâce à la décarbonation de notre chaîne de valeur, et à la création d'une filière de recyclage de nos déchets de papier argentique, une initiative qui a mobilisé nos partenaires et nos fournisseurs.

Mais nous devons aller plus loin. C'est pourquoi **nous avons réalisé un investissement majeur de 2 millions d'euros pour faire évoluer notre procédé d'impression photo**, en coopération avec une entreprise française. Une innovation clé qui nous permet de réduire significativement nos émissions de CO<sub>2</sub>, mais aussi notre consommation d'eau, d'électricité et de produits chimiques.

Nous avons également pour objectif de faire évoluer l'ensemble du marché. **Une transition vers des pratiques responsables n'a d'impact que si elle est partagée par tous.** Chez Photoweb, notre but est de parvenir à un modèle d'entreprise plus vertueux, compatible avec les enjeux environnementaux et sociétaux, sans compromis sur la qualité et l'émotion que nous offrons à nos clients.



# UNE ENTREPRISE PIONNIÈRE HIER ET AUJOURD'HUI

Si l'histoire de ceux qui ont conçu le premier ordinateur au célèbre logo à la pomme dans leur garage en Californie est souvent contée, celle de deux étudiants grenoblois qui, sans le savoir, ont créé le premier service d'impression photos en ligne est beaucoup moins connue !

**Lancée à Grenoble en 2000, Photoweb est la première entreprise française à proposer des tirages photos commandés sur Internet et à recevoir chez soi.** Les premières commandes ont été imprimées chez eux, puis rapidement, un couple d'investisseurs qui croyait en leur projet les a soutenus... Photoweb était né ! Depuis, l'entreprise est restée installée en région grenobloise, plus précisément à Saint-Egrève.

## Le made in France comme marque de fabrique

**99,75% des produits sont imprimés et façonnés dans les ateliers de la marque** (chiffre 2023). La proximité entre les équipes est d'ailleurs un véritable atout logistique : elle permet de garantir un service de qualité et d'écoute sur l'ensemble de la chaîne de production.

## L'innovation comme moteur du changement

Depuis sa création, l'entreprise n'a jamais cessé d'innover. Pour étoffer sa gamme de produits, se remettre en question, et, désormais, tendre vers un modèle économique plus vertueux. Peu de PME de la taille de Photoweb disposent d'ailleurs d'un service progrès et innovation sociétales qui contribue à l'innovation managériale et au coaching des salariés et à la RSE, comme c'est le cas chez PW. Son rôle est de soutenir les équipes et les salariés en les intégrant à des groupes de co-développement, à du coaching professionnel et à des communautés de pratiques pour améliorer la compréhension et la collaboration au sein des équipes. Le Service progrès et innovation sociétale stimule également la créativité en aidant les collaborateurs à s'inspirer et à mettre en œuvre leurs idées par des techniques d'animation originales.

2000  
Création de  
Photoweb

2014  
Le groupe  
Exacompta-  
Clairefontaine  
devient  
actionnaire  
de la société  
Photoweb

2021  
Adhésion  
à la CEC -  
Convention  
des Entreprises  
pour le Climat

2024  
Mise en place  
d'une politique  
RSE ambitieuse  
: sortie du 1er  
produit éco-  
conçu

2025  
Arrivée de  
la Belharra,  
nouvelle  
imprimante  
à impression  
jet d'encre et  
élargissement  
de la gamme de  
produits éco-  
conçus

# PHOTOWEB : LA TRANSFORMATION

Photoweb souhaite pleinement jouer son rôle dans la réduction des impacts environnementaux de l'industrie de l'impression photo. Depuis plusieurs mois, l'entreprise a mis en place une véritable stratégie d'engagement basée sur 3 piliers :



**Préserver l'environnement pour les générations futures**



**Innovier pour imaginer les futurs souvenirs**



**Incarner une entreprise contributive et citoyenne**



*Dans un contexte de transition écologique et malgré un contexte économique contraint, Photoweb prouve que l'industrie de l'impression photo peut conjuguer innovation et stratégie d'entreprise durable. Depuis plus d'un an, la transformation de PW repose sur des choix forts : utilisation de papiers d'impression à plus à faibles impacts, filière de recyclage inédite pour le papier, réduction des envois de mails et surtout, lancement du premier produit éco-conçu, repensé pour minimiser son empreinte environnementale.*

*L'investissement dans la technologie jet d'encre avec la nouvelle imprimante Belharra incarne également cette ambition, en réduisant drastiquement l'utilisation de produits chimiques, en utilisant des papiers d'impression bien moins impactants, en ne consommant que très peu d'eau et en réduisant drastiquement les déchets non recyclés. Plus qu'une évolution interne, Photoweb inspire désormais son secteur : ses fournisseurs et peut-être bientôt ses concurrents adoptent à leur tour des pratiques plus vertueuses.*

Clément Poursac, Responsable RSE



## PRÉSERVER L'ENVIRONNEMENT POUR LES GÉNÉRATIONS FUTURES

### Objectifs 2030 :

- Réduire de 30% l'empreinte carbone en valeur absolue
- Réduire de 30% les consommations d'eau, d'énergie et de produits chimiques
- Atteindre 0 Déchet Industriel Banal (DIB)

### Nos éléments de preuve :

Un bilan carbone qui a déjà bien évolué avec une réduction de 23 % des émissions en 2023, notamment grâce à la diminution des émissions liées à l'utilisation du papier en argentine accompagné d'une diminution de la consommation de 200 tonnes de papier.

D'autres mesures significatives ont été mises en place, comme la fermeture de la marque Piiics début 2025, dont l'offre gratuite incitait à la surconsommation.

Enfin, Photoweb a encouragé ses salariés à adopter une mobilité plus durable grâce à un forfait de 300 € par an, dont 20 % des employés bénéficient.

## INNOVER POUR IMAGINER LES FUTURS SOUVENIRS

### Objectifs 2030 :

- Avoir un catalogue 100% éco-conçu
- Mettre en place 3 nouveaux indicateurs pour accompagner la réduction de l'empreinte environnementale : un chiffre d'affaires durable, un indicateur de pilotage du portefeuille produits et une taxe carbone interne.
- Certifier 100% des papiers et cartons FSC

### Nos éléments de preuve :

Un premier produit éco-conçu lancé fin 2024 : un calendrier A4 avec un changement total de procédé d'impression et l'arrêt de l'utilisation de composants plastiques.

Un travail a aussi été entrepris sur les toiles sur lesquelles sont imprimées les photos. Une démarche a ainsi été entreprise avec les fournisseurs de Photoweb pour trouver des options de matériaux plus écologiques.



## INCARNER UNE ENTREPRISE CONTRIBUTIVE ET CITOYENNE

### Objectifs 2030 :

- Sensibiliser les clients à la sobriété pour les aider à mieux consommer
- Réussir à embarquer toutes les parties prenantes dans la transformation écologique (partenaires, clients, collaborateurs)
- Jouer un rôle d'influenceur local

### Nos éléments de preuve :

Une nouvelle fresque de la biodiversité a été animée au sein de l'entreprise. Une newsletter engagée a été créée. Photoweb a également lancé son premier podcast Les aventures farfelues de Mathis et Rose : un podcast d'enfants qui éveille les imaginaires en sensibilisant toute la famille à la question de la préservation de la planète.



# L'EXEMPLE DE LA BELHARRA

Le premier bilan carbone de Photoweb a révélé que l'entreprise émettait 9 437 tonnes d'émissions de CO<sub>2</sub> en 2021, mais il a surtout permis d'identifier le développement argentique comme étant le poste le plus émetteur de CO<sub>2</sub>. Ce produit phare qui représente le métier historique de l'entreprise pèse 35 % du chiffre d'affaires, le papier photo est aussi contributeur de CO<sub>2</sub> à hauteur de 29 % (chiffre 2021). Pour décarboner ce poste, Photoweb a travaillé avec un industriel français : Kyocera NIXKA Inkjet Systems (KNIS) pour mettre au point un système d'impression alternatif basé sur une technologie à jet d'encre.

*« Travailler avec une entreprise française était un critère important pour Photoweb. En tant qu'entreprise 100% française, nous étions fiers de collaborer localement. Ce projet, développé avec un acteur proche géographiquement a été un réel avantage, offrant plus d'agilité et de réactivité tout au long de nos échanges », explique Laurent Boidi, le directeur général de Photoweb*

Le travail de réflexion et de conception a duré près de 3 ans. Des premières discussions, à la construction d'un prototype, en passant par la présentation de la Belharrá lors du salon de la DRUPA en juin 2024, jusqu'à la livraison de l'imprimante chez Photoweb au printemps 2025.



**Ce labo photo plus vertueux conservera la qualité et la productivité du tirage argentique.** Installée dans les ateliers de production de Photoweb depuis le printemps 2025, cette imprimante est donc une véritable innovation made in France, et ce à plusieurs niveaux :

- **Une technologie jet d'encre haute qualité et haute vitesse** : elle est spécialement conçue pour être compatible avec les débits de Photoweb et offre une impression rapide sans compromettre la qualité.
- **Une finition personnalisable** : l'imprimante Belharrá permet de proposer des tirages avec une finition brillante ou mate (disponible prochainement) similaire à un tirage argentique classique.
- **Impact environnemental réduit** : contrairement aux procédés traditionnels, cette technologie nécessite peu de produits chimiques et d'eau. Elle contribue ainsi à une production plus respectueuse de l'environnement.

*« En termes de rendu, ce ne sera pas visible, et c'est bien là tout l'intérêt du produit. Il n'y a pas de perte de qualité tout en étant plus responsable. La différence se fera donc en termes d'impact environnemental »*

Et les résultats sont là. En 2023, Photoweb a réduit ses émissions de **2 042 tonnes de CO<sub>2</sub>, soit une baisse de 23 %** par rapport à 2021. Trois postes majeurs ont permis d'obtenir ces chiffres :

- Réduction de l'empreinte carbone de nos papiers argentiques
- Création d'une filière de recyclage de notre papier argentique par Veolia
- Un numérique plus responsable

Pour se familiariser avec ce nouvel équipement, les équipes de KNIS sont venues former les opérateurs de Photoweb pendant 15 jours.

**Cerise sur le gâteau, Photoweb n'a pas souhaité d'exclusivité sur ce nouvel outil pour en faire bénéficier l'ensemble des acteurs du marché.**

Objectif : 80% des tirages photo sur ce nouveau procédé d'ici 2030.

*« En challengeant les acteurs historiques avec une alternative plus durable, nous les poussons à repenser leurs modèles et évoluer. Cette innovation pourrait accélérer la transition vers des pratiques plus responsables dans l'ensemble de l'industrie », conclut Laurent Boidi.*

Photoweb a mené une analyse de cycle de vie pour 150 tirages 10 x 15 imprimés à l'aide du nouveau procédé jet d'encre. La diminution d'impact environnemental par rapport au développement argentique est de -60% en moyenne. L'impression de 150 tirages argentiques 10 x 15 représente par exemple 69 douches contre 27 avec une impression jet d'encre ; ou encore 292 heures d'utilisation du téléphone portable contre 123 pour un développement grâce à la technologie jet d'encre.

# FOCUS SUR: LE PREMIER PRODUIT ÉCOCONÇU



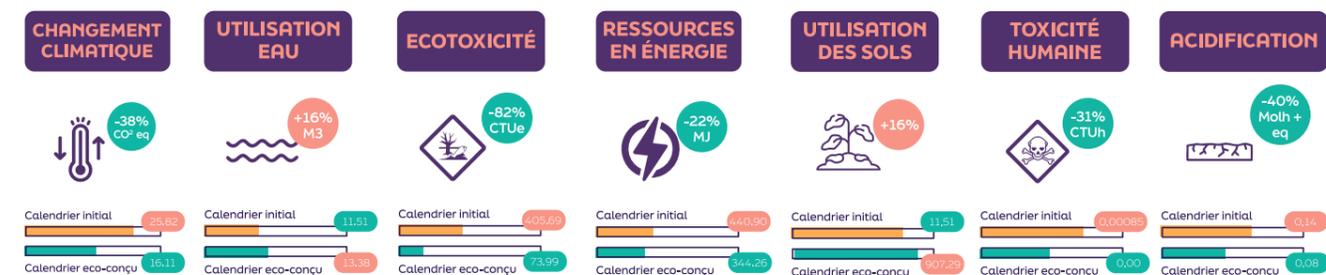
Guidés par son caractère pionnier et sa volonté de réduire son impact sur l'environnement, Photoweb a souhaité retravailler ses produits grâce à la méthodologie de l'éco-conception. Pour atteindre l'objectif d'un catalogue 100% éco-conçu d'ici 2030, il a fallu commencer par un 1er produit : le calendrier A4 portrait, lancé fin 2024. Ce nouveau calendrier émet 38% de CO2 de moins que l'ancienne version et n'utilise aucun produit plastique.

## L'analyse du cycle de vie

Pour concevoir un produit durable, la méthode la plus utilisée s'appelle l'analyse de cycle de vie (ACV). Il s'agit d'une analyse qui permet d'évaluer de manière globale et multicritère les impacts environnementaux d'un produit, d'un service ou d'un procédé tout au long de son cycle de vie : de l'extraction des matières premières à sa fin de vie.

Pour le calendrier éco-conçu, les équipes Photoweb ont retenu 7 critères les plus pertinents. L'éco-conception du calendrier a permis de faire baisser l'impact sur la majorité des critères, et notamment l'impact sur les émissions de CO2. La hausse observée sur l'utilisation des sols et l'utilisation de l'eau s'explique par une hausse de la consommation de papier dans le nouveau procédé de fabrication.

## RÉSULTATS POUR LES 7 CRITÈRES D'IMPACT RETENUS



## Le calendrier, premier produit éco-conçu

C'est le calendrier A4 portrait qui a été choisi pour démarrer le long processus d'éco-conception, car les équipes de Photoweb avaient déjà des pistes pour l'améliorer. Tous les flux lors des différentes étapes de vie ont été analysés, de l'extraction des matières premières à la fin de vie du produit.

## Une démarche en bonne voie

Le principal levier pour obtenir ce type de résultats réside dans le changement de la technologie d'impression. Auparavant imprimé en argentique, ce calendrier éco-conçu bénéficie aujourd'hui d'une impression numérique, mais Photoweb souhaite aller encore plus loin.

Un levier supplémentaire a déjà été identifié pour réduire encore un peu plus l'impact du calendrier A4 portrait : le recto-verso. Cette piste sera prochainement explorée pour garantir aux clients de Photoweb un produit le plus durable possible.



# PHOTOWEB, LES CHIFFRES CLÉS 2024



**2021**

date d'entrée  
dans la Convention des  
Entreprises pour le Climat



**218**  
collaborateurs

**5 0 0 0 0 0**

clients sur l'année



**775  
000**

commandes



**2 000**

heures de formation  
des salariés aux enjeux  
climatiques



**310 000**  
calendriers commandés



**7 180**

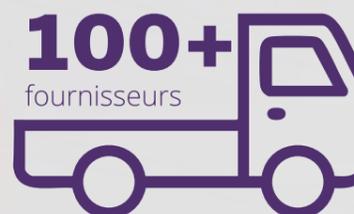
tonnes de CO<sub>2</sub>  
rejetées en 2023  
soit une baisse de 23 %



**LABELISÉE**  
« Entreprise engagée » Ecovadis



**60 M**  
de tirages photo



**100+**  
fournisseurs

**33.6 M**   
de chiffre d'affaires



**6 20  
0 0 0**  
livres photo  
commandés

\* Chiffres société Photoweb



P H O T O W E B

ZAC Vence Ecoparc - 1 rue des Platanes, 38120 Saint-Égrève

<https://corporate.photoweb.fr>

## Contacts presse

### Agence plus2sens

Leslie BRUNNER | [leslie@plus2sens.com](mailto:leslie@plus2sens.com) - 06 76 33 55 15  
Alexandre SUCHER | [alexandre@plus2sens.com](mailto:alexandre@plus2sens.com) - 07 83 18 63 67