



DOSSIER DE PRESSE 2023

PrintFood

Des imprimantes alimentaires qui révolutionnent la pâtisserie, le cake design et l'impression sur supports alimentaires

Sommaire

3 Édito

PARTIE 1 - LE SEUL FABRICANT FRANÇAIS D'IMPRIMANTES ALIMENTAIRES

- 5 La personnalisation alimentaire zéro limite
- 5 Un engagement fort pour le made in France
- 6 Une marque présente chez les plus grands noms, en France et à l'étranger
- 7 Zoom sur la Black Edition, produit phare de PrintFood
- 7 Ils nous font confiance

PARTIE 2 – HISTOIRE DE PRINTFOOD

- 9 Portrait des fondateurs de PrintFood
- 9 Genèse de PrintFood
- 10 En savoir plus





Édito

L'impression alimentaire est un peu magique : elle repousse le champ des possibles, en permettant de personnaliser macarons, sablés, chocolat, dragées, guimauves, calissons, gâteaux, crêpes, fromage, et bien d'autres douceurs sucrées et salées.

Images, messages, logos, personnages, décors fabuleux... tout est possible, avec nos imprimantes. À l'heure où personne ne veut la même chose que son voisin, l'impression alimentaire offre le luxe ultime : personnaliser des créations pour les rendre véritablement uniques.

L'univers du luxe, sans cesse à la recherche de l'effet « waouh », de l'extraordinaire et de l'inimitable, a trouvé avec nos imprimantes le moyen parfait de faire rêver ses clients. Palaces, restaurants et pâtisseries raffolent des machines PrintFood, qui donnent une dimension supplémentaire à leurs créations culinaires et permettent aux professionnels de libérer leur imagination.

Les secteurs de l'alimentaire et du luxe ne connaissant jamais la crise, PrintFood continue sa formidable croissance malgré le contexte économique difficile, en France et à l'étranger. Nos machines plaisent pour leur efficacité, parce qu'elles sont françaises, et surtout parce qu'elles sont uniques sur le marché.

Nous souhaitons aujourd'hui que PrintFood continue son ascension, en s'installant chez tous les professionnels de l'alimentation qui voudraient valoriser leur production, à l'heure où l'hyper personnalisation est reine.

**David Bertuzzi et Loïc Bonbaron,
fondateurs de PrintFood**



Partie 1 – Le seul fabricant français d'imprimantes alimentaires



La personnalisation alimentaire zéro limite

PrintFood est un fabricant français d'imprimantes alimentaires qui apporte une solution concrète, pratique, efficace et surtout rentable à la personnalisation de toutes les surfaces alimentaires (ou presque!). Bâtie sur l'expérience de l'impression textile de ses fondateurs, la marque propose des imprimantes extrêmement performantes et uniques, fruits de plusieurs années de recherche et développement.

Ses imprimantes permettent aux boulangers, pâtisseries, chocolatiers, traiteurs ou restaurateurs, de décorer leurs créations avec du texte, des images ou des photographies. Elles fonctionnent aussi bien sur les supports sucrés (chocolat, pâte à sucre, macarons, sablés, pâte d'amande, glaçages, cakes, crêpes) que sur les supports salés (cake, biscuits apéritifs, charcuterie, fromage).

PrintFood propose trois imprimantes : la Classique, la Reconditionnée, plus abordable financièrement, et la Black Edition, son produit phare.

Un engagement fort pour le made in France

PrintFood est le seul fabricant français d'imprimantes alimentaires. Ses produits sont conçus, fabriqués et assemblés dans ses locaux d'Ile-de-France.

Son engagement pour le savoir-faire français et l'économie locale se double d'une volonté d'apporter à ses clients un service d'excellence. La marque commercialise ses imprimantes sans intermédiaire, en circuit court, ce qui lui permet d'être proche de ses clients. Réactive et experte, elle offre un service après-vente de grande qualité et 100 % français.



FABRIQUÉ
EN FRANCE





Une marque présente chez les plus grands noms, en France et à l'étranger

L'originalité et les performances techniques des imprimantes PrintFood ont permis à la marque de se développer rapidement sur le marché français et international. Elle a un quasi-monopole mondial : ses concurrents sont très rares et ne proposent pas de machines aussi qualitatives.

Ses imprimantes sont déjà présentes chez les plus grands noms de la pâtisserie et de l'hôtellerie, de Ladurée à Pierre Hermé en passant par Dalloyau, Leonard Parli et de nombreux palaces en France et à l'étranger. Elles ont une forte présence à l'étranger : elles sont distribuées sur quatre continents, et la branche internationale représente 40 % de la production de la marque.

PrintFood rencontre notamment un fort succès dans les pays du Golfe : Dubaï, Qatar, Abu Dhabi, Sultanat d'Oman, Bahreïn, Koweït...

Zoom sur la Black Edition, produit phare de PrintFood

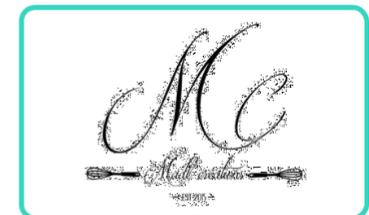
La Black Edition est la star de la gamme PrintFood. Elle allie simplicité d'utilisation, rapidité d'impression et maîtrise de la consommation des consommables, s'imposant comme un véritable atout différenciant qui booste l'activité des professionnels.

L'impression est possible sur (presque!) tous types de supports sucrés et salés. Pour quelques centimes d'euros par réalisation et en quelques clics, l'imprimante répond à toutes les envies de personnalisation.

La Black Edition offre par ailleurs une grande surface d'impression (A3 +), et peut imprimer sur des supports dont l'épaisseur va de celle d'une feuille de papier à 15 cm de haut.

L'imprimante est livrée dans un pack complet qui comprend un ordinateur portable, un logiciel et des matrices d'impression. Les professionnels profitent d'une formation à l'utilisation du logiciel et à l'imprimante, et d'une hotline gratuite pendant 12 mois. L'imprimante est garantie deux ans, pièce et main d'œuvre.

Ils nous font confiance





Partie 2 – Histoire de PrintFood



Portrait des fondateurs de PrintFood

PrintFood a été fondé par David Bertuzzi et Loïc Bonbaron. Après des études de communication, David est devenu gérant d'une agence de publicité. Loïc, quant à lui, a fait un parcours en école de commerce, et est passé par une expérience de directeur d'agences bancaires.

En s'appuyant sur leur expertise de la finance et de la communication, David et Loïc se sont lancés dans l'aventure entrepreneuriale il y a une dizaine d'années dans le secteur de l'impression textile. Complémentaires, les deux associés ont ensuite décidé de déployer leur savoir-faire de l'impression dans le secteur alimentaire.

Genèse de PrintFood

Aux origines de PrintFood, il y a un échec : celui d'une marque de vêtements créée par David et Loïc, qui n'a jamais vraiment pris son envol.

Prêts à tourner la page, les entrepreneurs ont décidé de revendre l'imprimante textile utilisée. Et là, cela fut la surprise, ils ont reçu un nombre important de contacts. David et Loïc prennent conscience d'un vide existant sur le marché français : peu d'entreprises dispose de l'expertise technique et l'accompagnement nécessaire pour proposer des imprimantes textiles de qualité.

Ils contactent le technicien qui a conçu l'imprimante, et lui proposent de s'associer avec eux pour lancer une activité de fabrication et de commercialisation d'imprimantes textiles de manière professionnelle. En effet la fabrication était jusqu'alors artisanale car les machines étaient conçues dans la chambre de 12m2 du technicien.

L'idée de créer des imprimantes alimentaires est née de l'essor du « cake design », une pratique qui s'est développée de façon peu sauvage déséquilibrant le marché et au détriment des professionnels. David et Loïc ont décidé d'apporter une solution concrète aux métiers de bouche, en leur permettant de personnaliser leurs créations à moindre coût et avec un outil accessible à tous.

Après trois ans de recherche et développement, le responsable technique de PrintFood met au point une première imprimante alimentaire.

PrintFood a ensuite décollé très vite, en France et à l'international, sans jamais faire de compromis sur ses valeurs et sa fabrication 100 % française.

Aujourd'hui, les fondateurs de la société souhaitent poursuivre leur ascension à l'échelle nationale et internationale.

Pour en savoir plus

[Site web](#)

