



Print'FOOD
IMPRIMANTE ALIMENTAIRE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

SIRHA 2025 :
PRINTFOOD, l'unique fabricant français d'imprimantes alimentaires, offrira 1000 € HT de réduction sur son modèle phare La Black Edition

Et s'il n'y avait plus de limite à la personnalisation des douceurs salées et sucrées ?

Alors que le sur mesure a longtemps été cantonné aux textiles et aux objets, l'arrivée sur le marché des imprimantes alimentaires a libéré le champ des possibles et suscité un véritable engouement.

Les chefs et les pâtisseries laissent désormais libre cours à leurs envies créatives pour valoriser leur savoir-faire et offrir des expériences sensorielles uniques à leurs clients. Le chocolat, les gâteaux, les fromages, la charcuterie, les crackers... deviennent des supports inspirants qui se transforment en véritables œuvres d'art.

Le concept est simple : il suffit d'imaginer un design (motif complexe, logo, image détaillée, photo, texte...) puis de l'appliquer directement et avec une incroyable précision sur une surface grâce à l'imprimante alimentaire.

Le challenge ? Réussir à allier design, rentabilité et éthique.

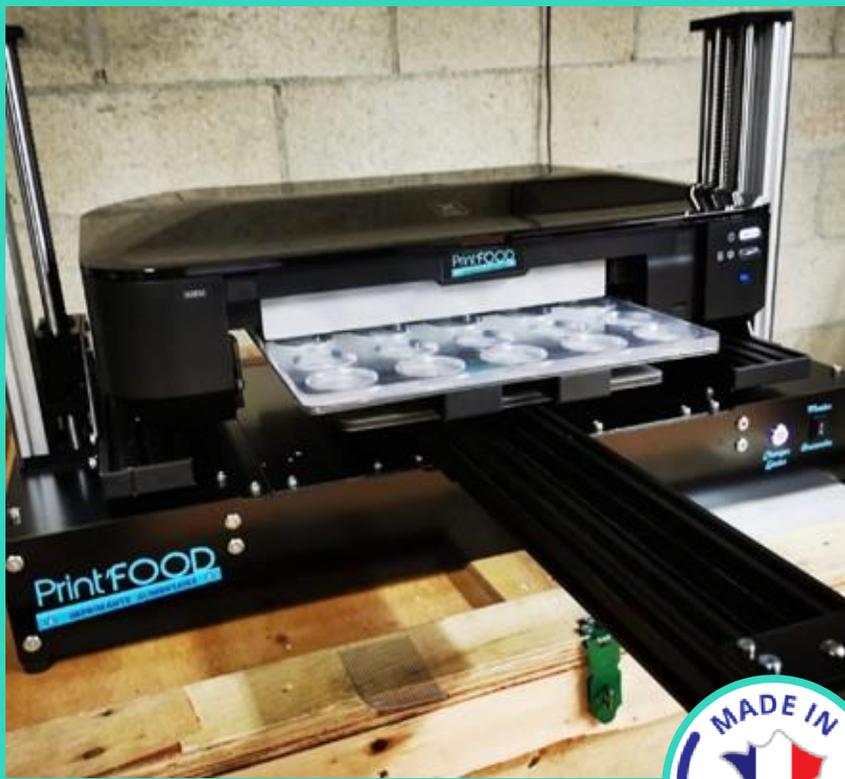
C'est ce qui explique **la popularité croissante de la Black Edition, le modèle phare de PRINTFOOD, l'unique fabricant français d'imprimantes alimentaires.**

Entièrement "made in France", elle est actuellement l'imprimante alimentaire la plus rapide, la plus efficace en consommables et surtout la moins chère du marché.

À l'occasion du SIRHA du 23 au 27 janvier 2025 à Lyon, PRINTFOOD lance une opération exclusive : 1000€ HT de réduction pour toute machine Black Edition commandée pendant le salon.

Print'FOOD
IMPRIMANTE ALIMENTAIRE





La Black Edition : la Rolls-Royce des imprimantes alimentaires

La Black Edition est un concentré de technologie qui séduit par sa praticité et son design épuré. Ultra-compacte et luxueuse, elle est à la fois :

Performante :

Par rapport au modèle Classique, elle est 80% plus rapide & 20% plus économique (elle est moins gourmande en consommables).

Silencieuse :

Elle est équipée de moteurs " nouvelle génération " totalement silencieux.

Souple :

elle s'adapte à tous les volumes de production, à tous les supports alimentaires (macarons, pâte à sucre, pâte d'amande, crêpes, wraps, fromage, sablés, cakes, charcuterie, chocolat ...) et à tous les profils de gourmands (encre végétalienne, casher et sans gluten).

Qualitative :

elle offre une qualité d'impression professionnelle pour des supports allant jusqu'à un format A3+ = 33 x 40 cm

Prix : 7 790€ HT incluant, 1 imprimante alimentaire Black Edition, 1 ordinateur portable reconditionné à neuf, 1 logiciel de personnalisation (et matrices sur-mesures d'impression), 1 hotline dédiée pendant 12 mois et 1 garantie de 24 mois pièces et main-d'œuvre (hors tête d'impression).

Les (grands) petits plus

Un savoir-faire reconnu en France et à l'international

Jouissant d'un quasi-monopole mondial, PRINTFOOD se distingue par la qualité supérieure de ses machines, surpassant largement la concurrence. Ses imprimantes sont déjà adoptées par les plus illustres maisons de la pâtisserie et de l'hôtellerie telles que Ladurée, Pierre Hermé, Dalloyau, et Leonard Parli ...

Synonymes d'innovation et de raffinement dans l'art culinaire, elles sont aussi très prisées à l'étranger : 60% de la production de PRINTFOOD est destinée à sa clientèle internationale, en particulier dans les pays du Golfe — Dubaï, Qatar, Abu Dhabi, Sultanat d'Oman, Bahreïn, et Koweït.



Une culture de l'excellence qui s'étend au service client

Totalement mobilisée envers la satisfaction de chaque client, la Dream Team a mis en place des services très concrets :

- une hotline pour apporter une assistance rapide et efficace,
- une garantie solide,
- un service de réparation-minute pour minimiser toute interruption d'activité.

Le made in France à 360°

Seul fabricant français d'imprimantes alimentaires, PRINTFOOD revendique son attachement aux valeurs du Made in France. Ainsi, tous ses produits sont entièrement conçus, fabriqués et assemblés dans ses locaux situés en Île-de-France. Cette démarche, riche de sens, va permettre de valider la qualité et la fiabilité de chaque imprimante, tout en contribuant à soutenir l'économie locale et le savoir-faire artisanal français.

PRINTFOOD a aussi mis en place un modèle de distribution directe, en circuit court, au plus proche de ses clients. Cette proximité avec les professionnels de la gastronomie est précieuse : en comprenant profondément leurs besoins, la marque française peut y répondre avec précision et réactivité.



À propos de David et Loïc, les fondateurs

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 disposent 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.

Forts de leur expertise, ils ont ensuite mené une ambitieuse politique de R&D pour innover dès 2015 dans le domaine de l'impression alimentaire : l'aventure PRINTFOOD venait de commencer !

Dix ans plus tard, PRINTFOOD a commercialisé plus de 175 Black Edition et réalisé plus de 500 formations.



Pour en savoir plus

[Site web](#)

