



2025

Dossier de presse



naturellement, depuis 1880

1. L'essentiel 3

2. Une manufacture française d'emballage bois au savoir-faire maîtrisé et durable

- A. Une expertise à la croisée de l'artisanat et de l'industrie 5
 - B. Une production locale et responsable 7
 - C. Une entreprise qui évolue avec et pour ses équipes 8
-

3. Un ancrage territorial affirmé

- A. Des partenariats de proximité pour soutenir une économie circulaire 9
 - B. Contribuer au territoire par la coopération et la transmission 10
-

4. F.A.I.R.E : faire vivre l'entreprise dans la durée

- A. Confier l'entreprise à ceux qui la font vivre 11
 - B. Déployer un modèle qui lie engagement économique et intérêt général 12
-

5. Les chiffres clés 13

1. L'essentiel

Depuis plus de 140 ans, Adam conçoit et fabrique des emballages bois sur mesure. L'entreprise s'adresse aux maisons de vins et spiritueux, ainsi qu'aux secteurs de l'agroalimentaire, de la cosmétique, des arts de la table ou encore de la mode.

Plus ancienne manufacture d'emballages bois de France, Adam a su préserver son savoir-faire tout en le faisant évoluer pour répondre aux enjeux d'aujourd'hui : produire mieux, de manière plus durable et locale.

Cette démarche s'inscrit dans une vision de long terme portée par Hélène et Jean-Charles Rinn, dirigeants de la société. Soucieux d'articuler performance économique et utilité sociale, ils ont fait le choix d'une trajectoire singulière : celle d'un modèle partagé. Pour lui donner corps, le fonds de dotation Fonds Adam pour des Initiatives Responsables et Écologiques (F.A.I.R.E.) a été créé en 2022. Son objectif : permettre, à terme, une transmission de l'entreprise vers un nouveau modèle commun territorial.



DATE DE NAISSANCE
1880



IMPLANTATION
Sainte-Hélène,
Nouvelle-Aquitaine



FONDATEUR
Joseph Adam



GOUVERNANCE
Jean-Charles
et Hélène Rinn,
dirigeants et
propriétaires



**DOMAINES
D'ACTIVITÉ**
Conception et
fabrication de
caisses, coffrets et
emballages en bois



SIGNE DISTINCTIF
Production 100
% intégrée,
de la scierie à
l'assemblage



DISTINCTION
Labellisée Entreprise
du Patrimoine
Vivant, Labellisée
Engagée RSE

(AFNOR) niveau
exemplaire,
Utilisation de bois
certifié PEFC



MOTS CLÉS
#Savoir-faire #Bois
#Packaging #RSE
#Transmission
#Écoconception
#Innovation
#Médoc



« Chez Adam, l'expertise se transmet depuis plus d'un siècle. Ce savoir-faire, nous le faisons évoluer chaque jour, en phase avec les défis de notre époque. Car pour nous, perpétuer une tradition n'a de sens que si elle s'inscrit dans un projet collectif, utile et durable. Nous croyons que la réussite économique doit servir l'intérêt général. Et que l'entreprise, plus qu'un outil de production, peut devenir un bien commun – au service de celles et ceux qui la font vivre, et du territoire qui l'accueille. »

[Jean-Charles Rinn, PDG d'Adam]

Adam : De 1880 à...



1880

Joseph Adam fonde à Bordeaux une manufacture de caisses en bois, utilisant le pin maritime des Landes pour emballer tous types de marchandises destinées au fret maritime.



1914

Après le décès de Joseph Adam, son épouse et son fils reprennent l'entreprise et acquièrent une scierie, augmentant les capacités de production. Adam devient un acteur reconnu, fournisseur de la Cour d'Angleterre.



1975

L'entreprise est vendue par les petits-fils de Joseph Adam à Gérard Cabane, qui la relocalise à Saint-Médard-en-Jalles. Malgré la concurrence du carton, Adam poursuit son développement en restant fidèle au bois local et en se spécialisant dans le conditionnement des grands vins et spiritueux.



1996

Frédéric Chaput et Jean-Charles Rinn reprennent l'entreprise et initient une politique d'innovation. Adam explore de nouveaux matériaux et techniques pour répondre aux attentes des grandes marques.



2009

Jean-Charles Rinn prend la tête de l'entreprise.



2015

Adam s'installe à Sainte-Hélène, sur un site doté d'un outil de production modernisé, au cœur de la forêt aquitaine.



2022

Jean-Charles et Hélène Rinn créent le fonds F.A.I.R.E. pour faire d'Adam une fondation actionnaire, garantissant son indépendance et une transmission au service de l'intérêt général.



2030

Adam anticipe son projet à long terme autour d'une gouvernance renouvelée et d'un modèle économique conçu pour être robuste.





2. Une manufacture française d'emballage bois au savoir-faire maîtrisé et durable

Chez Adam, l'emballage n'est jamais un simple contenant. C'est un objet conçu avec soin, qui reflète à la fois un savoir-faire et une vision. Ici, la qualité du produit va de pair avec celle du modèle : la fabrication est réalisée sur site, les matières premières sont sourcées localement, et chaque innovation répond à un enjeu concret, qu'il soit environnemental ou social.

A. Une expertise à la croisée de l'artisanat et de l'industrie

Depuis 1880, Adam perpétue l'art de travailler le bois avec exigence, précision et sens du détail. Ce savoir-faire a été reconnu par l'État en 2012, avec l'obtention du label Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV), renouvelé tous les 5 ans, qui distingue les métiers d'excellence.

C'est à Sainte-Hélène, en Gironde, au cœur de 9 000 m² d'ateliers, que cette expertise se transmet et se renouvelle. L'ensemble du processus est entièrement intégré sur site : un choix qui permet à Adam de maîtriser chaque étape, de la matière première au produit fini.



› **La scierie** transforme le bois brut en planches prêtes à être travaillées. Deux lignes de production permettent de raboter, découper, trier et préparer jusqu'à 20 m³ de bois par jour.



› **L'usinage**, équipé de 15 machines de menuiserie et d'ébénisterie, donne forme aux différentes pièces : découpage, rainurage, perçage...



› **L'impression**, cœur créatif de l'atelier, propose 5 techniques complémentaires : gravure à l'encre, marquage à chaud, dorure, sérigraphie, laser et impression numérique.



› **L'assemblage**, par collage ou clouage, s'effectue sur 12 lignes de production. Jusqu'à 10 000 caisses ou coffrets peuvent être montés chaque jour.



› **La finition**, étape ultime de valorisation du produit, comprend ponçage, égrenage, peinture, vernis et contrôle unitaire.

L'activité se structure autour de **trois grandes familles de produits** :



— **1. Les caisses**, destinées au transport et à la protection, notamment pour les vins et spiritueux.



— **2. Les coffrets**, conçus pour mettre en valeur les contenus grâce à des solutions esthétiques et techniques, adaptées aux univers de la cosmétique, de la gastronomie ou encore des loisirs.



— **3. La ligne Exception**, composée d'écrans haut de gamme, réalisés à la pièce, avec un soin extrême du détail. Ces objets trouvent souvent une seconde vie, en tant que cave à vin, meuble ou élément de décoration.

Adam, spécialisé dans les bois massifs, travaille une grande diversité d'essences — pin, peuplier, chêne, hêtre, frêne, noyer — pour s'adapter à tous les usages.

Le bois dans ses moindres détails

Pour la Maison Bollinger et sa cuvée Vieilles Vignes Françaises, Adam a réalisé un coffret entièrement en bois

Pour la Maison Bollinger et sa cuvée Vieilles Vignes Françaises, Adam a réalisé un coffret entièrement en bois — y compris les fermoirs et les charnières — conçu pour accueillir deux parcelles d'exception : les clos des Chaudes Terres et de Saint-Jacques à Aÿ.

Le principal défi technique, l'intégration des charnières dans un cerclage bois, a été relevé grâce à un travail de co-développement entre le bureau d'études et l'atelier de production. À mi-chemin entre geste artisanal et ingénierie, cette collaboration a donné naissance à un coffret tout en chêne, sobre, fonctionnel et fidèle à l'univers des barriques de la maison.



Une caisse, deux vies

Pour célébrer ses 25 ans, le château Luchey-Halde, propriété de Bordeaux Sciences Agro, a confié à Adam la création d'un coffret en pin maritime local, fabriqué avec du bois nouveau pour limiter les pertes en scierie.

Ce choix s'explique par deux raisons simples : un approvisionnement dans un rayon de 200 km, et une meilleure valorisation de la matière première, en réduisant les déchets liés aux nœuds. Moins lisse visuellement, ce bois est sublimé par des finitions spécifiques – chanfrein sur la glissière, marquages – qui donnent au coffret un rendu qualitatif. Pensé pour durer, il se transforme ensuite en support de bouteilles, prolongeant ainsi sa vie et son utilité.



Depuis les années 1990, Adam a fait de l'innovation un axe majeur de son développement. En 1998, l'entreprise se dote d'un bureau de design et de développement technique, composé de designers et de prototypistes. Cette cellule contribue activement à intégrer l'éco-conception dans les projets : elle imagine des formes, sélectionne des matériaux durables, développe des prototypes et accompagne la personnalisation des commandes. Pour orienter ses choix, Adam s'appuie également sur des outils d'analyse du cycle de vie (ACV), qui permettent d'évaluer l'impact des composants utilisés.

Aujourd'hui, plus de 20 % de la production annuelle découle directement de cette démarche d'innovation.

« Nous ne dissociions pas performance économique et responsabilité. Produire de manière soutenable, c'est être attentif à ce que l'on utilise, ce que l'on transforme, et à ce que l'on transmet. Chez Adam, cette exigence guide nos choix au quotidien, avec l'idée que notre avenir – comme celui de la filière bois – repose sur notre capacité collective à réduire notre impact. »

[Jean-Charles Rinn, PDG d'Adam]

B. Une production locale et responsable

La Responsabilité Sociétale et Territoriale de l'Entreprise est la colonne vertébrale du projet Adam. Elle irrigue tous les pans de l'activité — de l'approvisionnement à la gouvernance, en passant par la conception, la production, la gestion des déchets ou encore les pratiques managériales.

— En **2019**, Adam a engagé une évaluation complète de sa démarche selon le référentiel ISO 26000. Résultat : un niveau de maturité « exemplaire », le plus haut délivré par l'AFNOR. Ce premier audit a permis de formaliser une feuille de route pilotée en interne dans une logique d'amélioration continue.

— En **2022**, l'entreprise a confirmé ce niveau avec une note de 832/1000, ce qui la place parmi les cinq entreprises les mieux notées du label Engagé RSE.

— Depuis **2011**, Adam utilise également un outil de comptabilité environnementale pour mesurer l'empreinte carbone associée à la fabrication et à la livraison de ses produits. Ce système prend en compte des données précises (volume de bois, provenance des essences, lieux de livraison) pour assurer à l'entreprise une traçabilité carbone, et offrir à ses clients une transparence totale sur l'impact environnemental de leurs commandes.

— En **2022**, cette approche a été renforcée par un bilan carbone complet, actualisé chaque année. Trois grands postes d'émissions ont été identifiés :



› **Le fret**, notamment aval, lié aux livraisons jusqu'au client final,



› **Les intrants**, matières premières et consommables mobilisés dans la production,



› **Les déplacements**, incluant les trajets domicile-travail et les interventions extérieures.

L'engagement environnemental d'Adam se traduit par un cycle de production conçu pour être aussi sobre possible :



— **Un approvisionnement local et certifié**

Adam utilise majoritairement du bois certifié PEFC, garantissant une gestion durable des forêts : respect des cycles de coupe, de la biodiversité et des conditions de travail en forêt. À ce jour, 91 % du pin et 88 % du peuplier transformés sur site sont certifiés.



— **Des encres et vernis plus propres**

Depuis 2014, l'entreprise utilise des encres hydrosolubles et des vernis en phase aqueuse, qui réduisent les émissions de composés organiques volatils (COV) dans les ateliers.



— **Une gestion rigoureuse des déchets**

97 % des déchets issus de la production sont recyclés ou valorisés grâce à des filières spécialisées. Une partie est réutilisée en interne, l'autre confiée à des partenaires locaux.

C. Une entreprise qui évolue avec et pour ses équipes

Chez Adam, la performance industrielle va de pair avec la qualité de vie au travail. En 2015, dans la continuité de sa démarche ISO 26000, l'entreprise rejoint le programme régional « Usine du Futur », destiné à accompagner les PME dans leur transition industrielle. Ce partenariat permet d'établir un diagnostic global et de définir un plan d'action structuré autour de trois axes : modernisation des outils, évolution de l'organisation interne et valorisation du capital humain.

Pour donner corps à ces engagements, plusieurs leviers ont été mis en place afin d'impliquer les équipes dans la vie de l'entreprise : management visuel, indicateurs co-construits, rituels collectifs et temps d'échange réguliers appelés POP (Pilotage Opérationnel de la Performance). Déclinée à différents niveaux (5 minutes à l'embauche, 15 minutes avant la pause, 60 minutes une fois par mois), cette cellule permet d'aborder les enjeux de sécurité, de qualité et d'ouvrir le dialogue sur des sujets transversaux : environnement, conditions de travail, organisation, relations d'équipe, besoins en formation ou investissements.

Cette dynamique d'amélioration continue, coordonnée par Hélène Rinn, structure en profondeur la culture d'Adam. Elle en incarne le « comment », là où la responsabilité sociétale, le « pourquoi », guide l'ensemble de la stratégie. Ensemble, ces deux piliers s'appuient sur un principe fondateur défendu depuis 2009 : associer les salariés aux décisions qui les concernent, au quotidien comme dans le choix de long terme. Une posture qui a valu à Adam d'être lauréate de l'AMI régionale "Innovation sociale" dès 2015.

Cette volonté d'impliquer les équipes se traduit aussi par une écoute active et régulière. Tous les deux ans, Adam mène une enquête de « capital humain », afin de mieux cerner les attentes et les besoins de ses équipes - une initiative en place depuis plus de dix ans. Ce travail d'écoute a permis de faire émerger plusieurs avancées concrètes, par exemple :

-  — création d'une mutuelle d'entreprise
-  — accord global sur la répartition des profits générés





En janvier 2024, cette même logique de co-construction a conduit à l'adoption d'un accord collectif permettant aux équipes de production de passer à la semaine de 35 heures sur 4 jours (au lieu de 4,5). Pensé à l'origine comme une mesure de soutien à la parentalité, ce nouvel aménagement, plébiscité par plus de 75% des salariés concernés, vise à favoriser un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle. Adam y voit également une opportunité concrète de réduire les émissions de CO2 liées aux trajets domicile-travail.

L'attention portée aux conditions de travail constitue un levier majeur d'attractivité, dans un contexte de tensions croissantes sur le recrutement. Adam est ainsi parvenue à maintenir un fort taux d'entrée (45% en 2022), tout en réduisant de près de moitié son taux de sortie. La montée en gamme des produits impose toutefois un haut niveau d'exigence : transmettre des savoir-faire traditionnels à des profils venus d'horizons très divers est un défi permanent. Chaque nouvelle recrue bénéficie donc d'un parcours d'intégration rigoureux, centré en priorité sur la sécurité, considérée comme un prérequis incontournable. En 2022, l'indice de fréquence des accidents est resté très en deçà des moyennes du secteur.

L'engagement d'Adam en faveur d'une entreprise plus juste se traduit aussi par une politique active en matière d'égalité et de diversité. En 2016, à l'issue de deux années de travail, Adam obtient la double labellisation Égalité-Diversité délivrée par l'AFNOR. Une reconnaissance rare — détenue par moins de vingt entreprises en France. **En 2023, Adam confirme cette dynamique avec un score de 97/100 à l'Index d'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes.**



3. Un ancrage territorial affirmé

Pour Adam, le territoire est un partenaire. C'est là que l'entreprise puise ses matières premières, tisse ses liens et construit son avenir. Cette vision s'est concrétisée en 2015 avec la replantation industrielle de son site de production à Sainte-Hélène, au cœur de la forêt aquitaine.

Chaque façade du bâtiment retrace le chemin de la matière, du bois brut au produit fini. Entièrement réalisé en pin maritime des Landes de Gascogne, il incarne le savoir-faire d'Adam — une vitrine saluée par plusieurs prix de la Construction Bois.

A. Des partenariats de proximité pour soutenir une économie circulaire

Adam entretient un lien étroit avec les forêts du Sud-Ouest. Aujourd'hui, 90% des bois utilisés sont sourcés dans un rayon de 400 kilomètres autour du site de Sainte-Hélène.

Pour sécuriser cette approche, Adam s'appuie sur des partenaires de long terme : prise de participation dans la société Nisa, fournisseur de pin radiata au Pays basque espagnol ; collaboration et association historique avec Gaspin, fabricant de panneaux en pin maritime implanté dans le Lot-et-Garonne.

Par ailleurs, Adam contribue activement à la structuration de la filière bois régionale en siégeant à la FIBNA (Fédération des Industries du Bois de Nouvelle-Aquitaine) et au Pôle Emballage de la FNB (Fédération Nationale du Bois). Un engagement prolongé par Jean-Charles Rinn, qui siège également au directoire de l'Agence de Développement et d'Innovation de Nouvelle-Aquitaine, renforçant ainsi les liens entre industrie, territoire et innovation.



Redonner sens à la matière, valeur au territoire

Pour Château Cheval Blanc, Adam a développé une caisse éco-conçue dont le calage intérieur est réalisé en laine de brebis laitières du Sud-Ouest. Ce matériau, longtemps délaissé faute de débouchés et concurrencé par le Mérinos importé, offre pourtant des

propriétés remarquables : biodégradable, isolant, amortissant et protecteur. Chaque année, près de 1 200 tonnes de cette laine sont encore jetées, brûlées ou enfouies.

Ce projet contribue à redonner de la valeur à cette ressource et à faire revivre un savoir-faire textile en déclin. En s'associant à la société Traille, Adam accompagne la relance progressive de la filière

lainière locale, tout en proposant une alternative naturelle aux matériaux plastiques ou synthétiques. Un impact concret dès la première année :

- › 8 438 kg de laine revalorisée
- › 75 000 bouteilles calées
- › 28 bergers soutenus
- › 2 emplois créés
- › 620 km de transport économisés



B. Contribuer au territoire par la coopération et la transmission

Sensible aux enjeux relatifs à la RTE (Responsabilité Territoriale des Entreprises) Adam mène au quotidien différentes actions pour contribuer à l'économie territoriale.

Adam a notamment noué un partenariat avec l'Atelier d'Éco Solidaire, recyclerie créative Bordeaux. Depuis 2010, une partie des chutes de bois issues de la production y est transformée en meubles ou objets dans le cadre de projets éducatifs et d'insertion.

Autre exemple : depuis 2023, F.A.I.R.E est engagé aux côtés du réseau Médoc Tiers-Lieux, qui accompagne les transitions écologiques et sociales dans la région. L'entreprise soutient notamment l'incubateur ESSpairs, dédié aux porteurs de projets à impact implantés dans le Médoc.



Ce partenariat a également permis de structurer un dispositif de mécénat de compétences.

Chaque salarié volontaire peut consacrer jusqu'à quatre jours par an, sur son temps de travail, à une structure locale.

Plusieurs lieux en bénéficient aujourd'hui :

- › **Projet Louley**, à Hourtin, un espace éco-créatif tourné vers la plantation forestière, la biodiversité et la protection animale,
- › **Rose Médoc**, association de soutien aux femmes touchées par le cancer, notamment à travers la Parenthèse Rose, un tiers-lieu dédié aux soins de support, à l'activité physique adaptée et à la reconstruction du lien social.

Adam, terrain d'étude d'un ancrage vertueux

Adam participe à un programme de recherche-action régional sur la RTE. Porté par plusieurs établissements d'enseignement supérieur (*Sciences Po Bordeaux, Bordeaux Sciences Agro...*) et soutenu par la Région Nouvelle-Aquitaine, ce projet explore de

nouvelles formes de coopération entre entreprises, collectivités et acteurs de l'Économie Sociale et Solidaire.

L'enjeu : comprendre les dispositifs innovants et les leviers d'action concrets qui permettent de construire une relation pérenne et mutuellement bénéfique entre l'entreprise et son environnement local.

4. F.A.I.R.E : faire vivre l'entreprise dans la durée

Transmettre une entreprise, est-ce nécessairement la vendre ? Chez Adam, ce questionnement a conduit à un choix rare : la création d'une fondation actionnaire, sous forme de fonds de dotation.

En 2022, Hélène et Jean-Charles Rinn, dirigeants et propriétaires, initient le fonds F.A.I.R.E. – pour Fonds Adam pour des Initiatives Responsables et Écologiques.

Ce fonds poursuit un double objectif : garantir une gouvernance stable pour préserver l'esprit de l'entreprise, et faire d'Adam un levier d'action au service du bien commun.

A. Confier l'entreprise à ceux qui la font vivre

Faute de cadre juridique permettant une transmission directe et gratuite aux salariés, la fondation actionnaire est apparue comme la solution la plus alignée avec les valeurs d'Adam. Une structure pérenne, désintéressée, qui ne peut être ni vendue, ni achetée, et qui protège la propriété de l'entreprise en la mettant à l'écart des logiques spéculatives.

En 2022, 25 % des parts sociales de l'entreprise ont ainsi été transmises gratuitement au fonds de dotation, premier jalon d'un projet de transmission intégrale à l'horizon 2027.

Ce geste de dépossession pleinement assumé, vise à préserver l'essentiel : l'indépendance du projet, la continuité de sa mission, et l'ancrage dans son territoire. Il permet aussi de reconnaître concrètement le rôle des salariés, qui deviennent garants du cap de l'entreprise et de son avenir.

Pour Adam, ce choix dépasse le montage juridique. C'est une décision politique et éthique. Refuser de valoriser le capital à des fins personnelles, c'est le placer au service de l'intérêt collectif — au bénéfice de celles et ceux qui font vivre l'entreprise, et des projets qui l'entourent.

« Nous rêvions de transmettre l'entreprise gratuitement aux salariés. Mais en l'état du droit, ce n'est pas possible. Une cession payante les aurait endettés — ou fragilisé l'entreprise. Ni l'un ni l'autre ne nous semblait acceptable. »

[Hélène Rinn]



B. Déployer un modèle qui lie engagement économique et intérêt général

En devenant fondation actionnaire, le F.A.I.R.E. prolonge le projet d'Adam en lui donnant une dimension philanthropique.

Une **charte d'engagement** précise les droits politiques et financiers de la fondation — **droit de consultation, droit de veto, droit aux dividendes** — ainsi que deux engagements à garantir dans la durée :

- › la vocation sociale, sociétale et environnementale d'Adam,
- › le maintien d'une activité industrielle sur le territoire.

Sur ces bases, **trois grands axes** guident l'action du F.A.I.R.E. :



— 1. Préserver le patrimoine forestier

Le F.A.I.R.E. soutient des des projets qui cherchent à faire évoluer les pratiques sylvicoles.

Trois priorités structurent cet engagement :

- › Encourager l'évolution des pratiques à l'échelle locale,
- › Diffuser les savoirs et faire avancer de nouvelles méthodes d'évaluation,
- › Soutenir financièrement des projets, notamment dans le Parc Naturel Régional (PNR) du Médoc.



— 2. Éduquer à l'environnement

Parce que la transition passe par la transmission, le F.A.I.R.E. soutient des actions de sensibilisation aux enjeux climatiques et à la biodiversité. Le fonds assure le déploiement de la Fresque du Climat auprès des élus et des habitants du territoire, forme des enseignants, et participe aux événements pédagogiques portés par le PNR Médoc.



— 3. Contribuer au développement local

Dernier pilier : encourager la coopération locale en s'appuyant sur l'intelligence collective et les ressources du territoire. Le F.A.I.R.E. s'est rapproché de Médoc Tiers-Lieu et soutient des projets du territoire. Le fonds mobilise pour cela des moyens matériels, financiers et humains, au service des tiers-lieux et ateliers partagés du territoire du PNR.

Effectif



70

salariés,
répartis en
3 pôles

- Design et développement technique : 5 personnes
- Gestion administrative et commerciale : 15 personnes
- Production : 50 personnes

Chiffre d'affaires



12,3

millions d'€
exercice 2024

Production



1

millions d'unités
produites chaque année

8 336

tonnes de bois
transformées par an

50%

Premuim/luxe
des produits fabriqués
relèvent du segment
premium/luxe

9 000

m²
d'installations industrielles
couvertes

Positionnement



1^{er}

producteur
historique
de packaging bois

95%

clients france
des clients sont basés en
France



naturellement, depuis 1880

adampack.com

