

Média	Visible
Type de média	Presse spécialisée
Date de parution	Juin 2015
Titre	Scenolia introduit l'intissé dans ses gammes panoramiques

SCENOLIA INTRODUIT L'INTISSÉ DANS SES GAMMES PANORAMIQUES



La société Scenolia (Groupe Prismaflex International, 69) fabrique et imprime des décorations murales panoramiques et papiers-peints personnalisés pour les particuliers et les professionnels (architectes d'intérieurs, décorateurs...). Aux deux matières de base proposées (papier 170 g et toile textile), s'ajoute depuis peu un papier peint intissé qu'on peut encoller directement au mur, indéchirable et arrachable à sec. Celui-ci, comme la toile textile, est notamment proposé en monobloc, soit la pose du produit en un seul morceau (encollage direct au mur), sans raccord. Actuellement les motifs « bibliothèque » et « brique blanche » (photo) sont parmi ceux qui rencontrent le plus de succès.

www.scenolia.com

COMMENT RENDRE LE DURABLE ENCORE PLUS « DÉSIRABLE » ?

Proposer des panneaux qui allient autonomie et performance, tout en rendant le photovoltaïque « sexy », tel était le pari de Prismaflex International (69) en lançant Blue Tech, fin 2014. À l'origine de cette première mondiale : des cellules photovoltaïques miniaturisées, mises au point par le groupe Sunpartner Technologies. L'entreprise Rhône-alpine a associé cette technologie, dont elle a acheté la licence exclusive, à l'impression lenticulaire, afin de concevoir des panneaux publicitaires 100 % autonomes. Après plus de 2 ans de R&D, Prismaflex a sorti un panneau déroulant de 8 m², un planimètre déroulant de 2 m² et une pré-enseigne rétro-éclairée.

« En tant qu'imprimeur grand format et fabricant de panneaux et mobilier urbain, nous avons toutes les compétences et la légitimité pour créer ce produit », déclare Nathalie Bassouls, Directrice marketing pour Prismaflex. « Nous sommes convaincus que l'avenir de la communication extérieure sera résolument tourné vers les produits tels que Blue Tech plus respectueux de l'environnement. »

Pourtant, pour en faire la promotion, son argument majeur n'est pas les économies d'énergie. « Aujourd'hui pour implanter un panneau classique, il faut creuser une tranchée pour le raccordement, faire une demande auprès d'EDF pour faire venir l'électricité... Les contraintes sont fortes et les délais souvent longs. Blue Tech supprime cette étape. »



L'ENVERS DU DÉCOR...

À l'entrée du salon C!Print en février dernier, un planimètre 100 % autonome signé Prismaflex. D'un côté, un panneau classique avec une face déroulante. De l'autre, des plaques photovoltaïques invisibles recouvertes d'un film lenticulaire imprimé, qui laisse passer les rayons du soleil. Une casquette avec des plaques photovoltaïques est ajoutée pour assurer le rétro-éclairage en plus du défilement des affiches.



Avec autant d'atouts, le succès est-il au rendez-vous ? Après une première implantation en Belgique en 2014, Nathalie Bassouls reconnaît que l'accueil en France est encore frileux. Les négociations sont plus abouties en Afrique et au Maghreb. Là-bas, la technologie séduit dans la mesure où elle permet de s'affranchir d'un recours à l'électricité qui demeure aléatoire dans certaines zones géographiques.

En France, Prismaflex mise tout particulièrement sur le potentiel de son modèle de pré-enseigne éclairée, un produit qui n'existait pas jusqu'alors. « Dans le contexte restrictif du Grenelle 2, comme les distances à respecter entre la pré-enseigne et le lieu auquel elle fait référence, le nombre de pré-enseignes va fatalement diminuer et il sera d'autant plus intéressant d'avoir un modèle rétro-éclairé ».

C. C.



Installation des premiers panneaux LED fabriqués par la nouvelle filiale PRISMACHINA de Prismaflex

Le français Prismaflex International a ouvert, en janvier dernier, sa filiale chinoise PRISMACHINA, en partenariat avec le groupe local Retop.

Cette co-entreprise s'incarne dans une usine de 6.500 m² à Shenzhen, assurant la fabrication de modules LED. Employant 140 personnes, elle a une capacité de production de 2.000m² par mois. L'ensemble a nécessité un investissement de 3,5 millions d'euros.

Les premiers écrans sortis des lignes de production viennent actuellement irriguer les projets du groupe français. Alors que la mise en place pour Mashburn de 9 panneaux de 60m² P16 et P20 se termine aux Etats Unis, et que la première vague de 16 mobiliers digitaux – sur les 30 prévus – installés pour ExteriorMedia sur le périphérique parisien a été conclue, Prismaflex assure actuellement le déploiement de 8 panneaux 2m² P6 double face dans le port de Barcelone pour Clear Channel.





Média	www.twitter.com
Type de média	Fil Twitter de Signal'Etq
Date de parution	Mardi 9 juin 2015
Titre	Demain ouverture du 56 ^e Congrès de la FEPE, Prismaflex International est Platinum Sponsor, 300 afficheurs attendus
Journaliste	



Signal'Etq @SignalEtq - 9 juin 2015

Demain ouverture du 56e Congrès de la FEPE, **Prismaflex** International est Platinum Sponsor, 300 afficheurs attendus. prismaflex.com/prismaflex-par...



Média	La e-lettre Bref Rhône-Alpes
Type de média	Newsletter économique régionale
Date de parution	Jeudi 11 juin 2015
Titre	Prismaflex creuse son sillon, des Etats-Unis à la Russie

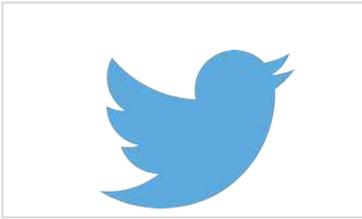
Prismaflex creuse son sillon, des Etats-Unis à la Russie



Rhône - Communication /
Événementiel - 11-06-2015

Après l'annonce de résultats décevants, le fabricant de panneaux d'affichage et imprimeur grand format Prismaflex International

annonce la réussite de quelques beaux contrats. Alors que la mise en place de neuf panneaux de 60 m² se termine aux Etats Unis pour Mashburn, et que la première vague de 16 mobiliers digitaux - sur les 30 prévus - a été installés pour ExterionMedia sur le périphérique parisien, Prismaflex va déployer huit pannea...



Média	www.twitter.com
Type de média	Fil Twitter de Bref Rhône-Alpes
Date de parution	Vendredi 11 juin 2015
Titre	Prismaflex creuse son sillon, des Etats-Unis à la Russie #communication
Journaliste	



Bref Rhône-Alpes Auv @BrefRhôneAlpes · 11 juin 2015

Prismaflex creuse son sillon, des Etats-Unis à la Russie - #Communication
ow.ly/OaiZk





Média	Le Progrès Economie
Type de média	Presse économique régionale
Date de parution	Mardi 16 juin 2015
Titre	Prismaflex

>> Le fabricant de panneaux d'affichage et imprimeur grand format **Prismaflex International** a annoncé de nouveaux contrats : 16 mobiliers digitaux sur 30 prévus ont été installés pour ExteriorMedia sur le périphérique parisien et huit panneaux double face vont être déployés dans le port de Barcelone pour Clear Channel.



[ils avancent]

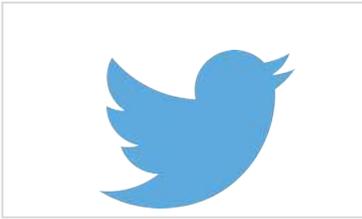
RHONE > COMMUNICATION

Prismaflex travaille ses coûts

Le fabricant de panneaux d'affichage et imprimeur grand format Prismaflex International (pdt : Pierre-Henry Bassouls ; Haute-Rivoire) a inauguré son site chinois de production de modules LED à Shenzhen en février. Cette usine, détenue par une joint-venture dont le rhodanien détient 34 % des parts, doit lui permettre d'améliorer son prix de revient. Au total, 6 M€ ont été investis dans ce projet. Equipé de machines de dernière génération, le site de 6 500 m² emploie 140 personnes. En production maximale, il pourra générer 60 M\$ de CA par an. Pour l'instant, il approvisionne le distributeur Transtech en Asie, Prismaflex en Europe et Translux aux Etats-Unis, pour un montant de 8 à 12 M\$ pour chacune des entités. Prismaflex vient par ailleurs de créer une joint-venture aux Etats-Unis avec Translux. Baptisée Prismaflex, elle vise à distribuer ses panneaux dans le réseau nord-américain.

FOCUS. Après l'annonce de résultats décevants pour l'exercice 2014-2015 (CA en baisse de 16,5 %), Prismaflex a restructuré son pôle de production de panneaux analogiques (trivisions, déroulants...). Huit postes ont ainsi été supprimés en France l'année dernière, et des efforts ont été faits dans les filiales suédoise et anglaise notamment. Heureusement, l'exercice 2015-2016 s'annonce moins difficile. Prismaflex va déployer huit panneaux dans le port de Barcelone pour Clear Channel. Par ailleurs, la société pourrait conclure prochainement des contrats en Russie, dont le marché semble se normaliser. ■ S.D.

☛ CA 2014-2015 : 48,6 M€ ; 300 personnes.



Média	www.twitter.com
Type de média	Fil Twitter de Signal'Etiqu
Date de parution	Mercredi 17 juin 2015
Titre	Deux entreprises françaises récompensées par la FEPE
Journaliste	la FEPE



Signal'Etiqu @SignalEtiqu · 17 juin 2015

Deux entreprises françaises récompensées par la FEPE signal-etiqu.com/#article1046 @Prismaflex @JCDecaux_France @Plus2sens





ECONOMIE

Installation des premiers panneaux LED PrismaTronic fabriqués dans la filiale PRISMACHINA de Prismaflex en Chine

Alors que la mise en place de 9 panneaux de 60m2 P16 et P20 BBM se termine aux Etats Unis pour le client Mashburn, et que la première vague de 16 mobiliers digitaux – sur les 30 prévus – installés pour ExterionMedia se démarquent sur le périphérique parisien, Prismaflex suit l'installation des 8 panneaux 2m² P6 double face en déploiement dans le port de Barcelone pour Clear Channel.

Un mois de mai riche en belles réalisations pour le groupe Prismaflex International. Avec son partenaire chinois, l'entreprise française a co-investit dans une unité de fabrication des modules LED à Shenzhen, en Chine : PRISMACHINA qui a été inaugurée en janvier dernier.

Avec cette nouvelle usine, le groupe maîtrise aujourd'hui la totalité de la fabrication de ses panneaux LED : PRISMATRONIC et gagne encore en qualité et en efficacité.

L'usine de 6.500 m² emploie 140 personnes et a une capacité de production de 2.000m² par mois. PRISMACHINA opère trois lignes de production équipées de machines dernière génération et dotées d'un contrôle optique de la qualité.



Exterion Média, Porte de Bagnole

Les modules produits par PRISMACHINA sont ensuite intégrés dans les unités du groupe. Prismaflex International est l'un des seuls fournisseurs sur le marché du DOOH à réaliser la conception comme l'intégration des écrans LED fabriqués dans ses usines dans des panneaux d'affichage. Une maîtrise

complète de toute la chaîne ! Prismaflex International est l'un des seuls fournisseurs au monde à être à la fois un fabricant industriel de panneaux d'affichage et un imprimeur numérique grand format présent sur différents continents. Le groupe, dont le siège social est basé dans les Monts du Lyonnais,

compte 300 collaborateurs répartis dans 11 filiales à travers le monde dont 5 dotées d'imprimantes numériques grand format. Depuis plus de 25 ans, une capacité d'innovation importante et des produits de haute qualité font de Prismaflex le meilleur interlocuteur des afficheurs et de la grande distribution.



 Résultats

69 / PRISMAFLEX : Panneaux d'affichage

PRISMAFLEX / T : 04.74.70.68.00 (siège à Haute-Rivoire) a réalisé sur son exercice 2014-2015 un CA de 48,57 M€, en recul par rapport aux 59,24 M€ réalisés sur 2013-2014. Le résultat net part du groupe, à 2,66 M€ l'an dernier, est en perte, à -0,28 M€. Les résultats du spécialiste de l'impression numérique grand format et fabricant de panneaux d'affichage ont notamment été pénalisés par un recul des ventes de produits analogiques et des reports temporaires d'investissements en LED. www.prismafex.com

Avec ses premiers Awards la FEPE récompense deux Français

Les quatre prix inauguraux de la Fédération européenne de la publicité extérieure ont été décernés ce mois-ci. Et parmi les gagnants, deux Français.

Le 23-06-2015 par Faustine Loison 

Le **Prix FEPE de l'innovation technique** est décerné à Prismaflex et son PDG Pierre-Henri Bassouls pour ses **panneaux solaires Bleu Tech**.



Pierre-Henri Bassouls (au centre), PDG de Prismaflex, a reçu le premier Prix FEPE de l'innovation technique.

Ces **panneaux** sont autonomes en énergie grâce à un procédé breveté par Sun Partner et développé par Prismaflex qui conjugue cellules photovoltaïques et impression d'un film optique.

Les juges ont estimé que cette nouvelle technologie pousse le secteur en avant et la maintient à l'avant-garde.



DISTINCTION

La FEPE récompense Prismaflex. La Fédération Européenne de la Publicité Extérieure a remis à Prismaflex International un award innovation pour ses panneaux Blue Tech[®], des panneaux autonomes grâce à l'énergie solaire



PME & REGIONS

innovateurs

Sunpartner va lancer son film photovoltaïque invisible pour mobile



DR

LA LEVÉE DE FONDS SUNPARTNER TECHNOLOGIES

Date de création : 2008
Président : Ludovic Deblois
Montant : 8,8 millions d'euros
Effectif : 53 personnes
Secteur : photovoltaïque

Paul Molga
— Correspondant à Marseille

Encore une levée de fonds stratégique pour Sunpartner Technologies, l'inventeur du film photovoltaïque transparent. L'entreprise aixoise a réuni 8,8 millions d'euros, un montant deux fois supérieur à l'objectif visé, qui porte le total des sommes injectées dans ses technologies à 39,8 millions d'euros depuis sa création en 2008.

L'opération a été notamment souscrite par NTT DoCoMo Ventures, la société de capital-risque du premier groupe de télécommunications japonais, qui a déjà investi au début de

l'année. « Elle nous permet d'ancrer nos ambitions sur ce marché sensible et prescripteur de technologies de transition énergétique », explique Ludovic Deblois, président fondateur de Sunpartner, dont la production en série démarre. Pour les accessoires tels les coques ou les casques audio, un sous-traitant va permettre au distributeur de téléphonie mobile, Avenir Telecom, de présenter à l'IFA, le Salon international de l'électronique grand public de Berlin, qui se tiendra du 4 au 9 septembre prochain, la première coque de rechargement solaire pour l'iPhone 6.

La fabrication des supports de téléphones mobiles et de vitrages sera également réalisée à Shenzhen, en Chine, chez Lalbao Technology et Truly, deux producteurs d'écrans réputés. Les transferts de technologie sont en cours. Les premières séries sortiront dans un an. La production des grands formats nécessaires à l'affichage restera assurée par Prismaflex. D'ici à la fin de l'année 2015, Sunpartner Technologies prévoit de lever encore 6 millions d'euros supplémentaires, pour finaliser ce programme d'industrialisation et renforcer sa présence commerciale, notamment en Chine et aux Etats-Unis.

L'entreprise table sur plus de 10 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2016 et espère franchir le seuil de la rentabilité dès l'année suivante. ■



Honneur

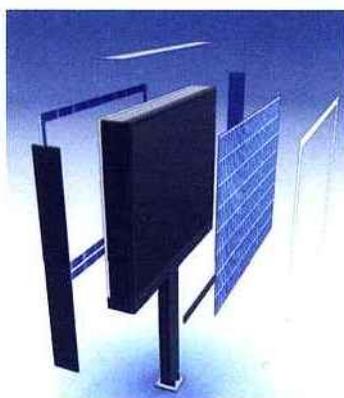
Prismaflex et JC Decaux récompensées par la FEPE

L'innovation de Prismaflex récompensée, c'est mérité pour une entreprise française qui chaque année propose de nouvelles solutions d'affichage. Pour JCDecaux, la FEPE vole au secours d'une réussite avérée : mais il serait difficile de ne pas être d'accord avec ce choix et Signa'Etiqu' ne peut que se réjouir de voir deux entreprises françaises honorées.

C'est une première. Jamais la Fédération Européenne de la Publicité Extérieure (FEPE) n'avait récompensé, une même année, deux entreprises françaises. C'est désormais chose faite avec Prismaflex et JC Decaux qui ont reçu, le 11 juin dernier, lors du 56^e congrès de

Budapest, deux Awards FEPE. Prismaflex a reçu l'Award de l'innovation pour ses panneaux autonomes Blue Tech, à base d'énergie solaire. L'entreprise française est aujourd'hui la seule au monde à proposer ce type de solutions d'affichage totalement respectueuses de l'environnement. Plusieurs panneaux Blue Tech sont actuellement en cours d'installation en Europe, et les premières installations en Afrique auront lieu cette année. JC Decaux, ou plutôt Jean-Claude Decaux, a reçu de son côté un Award d'honneur en hommage à son parcours et sa réussite, JC Decaux étant devenu au fil des années, un groupe de renommée mondiale.

Plus d'infos sur www.fepe.com





Première pré-enseigne retro éclairée via l'énergie solaire : un produit Blue Tech® par Prismaflex International

Des panneaux autonomes grâce à l'énergie solaire ; pari tenu grâce à la technologie Blue Tech® développée par Prismaflex International. Cette innovation, bénéficiant de 2 brevets et 3 Awards (INPI, VISCOM, FEPE), repose sur un procédé unique breveté par Sun Partner et développé par Prismaflex qui allie cellules photovoltaïques et impression d'un film optique. Permettant de rendre les cellules photovoltaïques invisibles, cette prouesse technologique révolutionne le monde de l'affichage publicitaire en proposant des panneaux autonomes grâce à l'énergie solaire.

Installation de la première pré-enseigne rétro-éclairée 100% autonome !

Après plusieurs années de R&D et des tests en situation réelle, la pré-enseigne Blue Tech® est opérationnelle et disponible à la commercialisation. La 1ère a été installée à Rousset (13) pour un site de production de ST Microelectronics. Cette collaboration marque l'installation de la 1ère pré-enseigne rétro-éclairée 100% autonome sur le marché, avec de nombreux avantages : un rétro-éclairage sans contrainte, une exploitation immédiate et un bilan économique intéressant. Dans un environnement juridique qui tend à limiter leur nombre, l'apparition d'une pré-enseigne rétro-éclairée entièrement autonome est une avancée considérable !

La pré-enseigne Blue Tech®, en plus d'être rétro-éclairée, est aussi intelligente et propose un éclairage statique ou dynamique avec variation de l'intensité, ainsi que différentes programmations possibles. Cette première mise en service d'une pré-enseigne rétro-éclairée fait suite à l'installation des premiers planimètres équipés de la technologie Blue Tech®, à Lyon, au LOU Rugby, et en Belgique.

Prismaflex International est l'un des seuls fournisseurs au monde à être à la fois un fabricant industriel de panneaux d'affichage et un imprimeur numérique grand format présent sur différents continents. Le groupe, dont le siège social est basé en France, compte 300 collaborateurs répartis dans 10 filiales à travers le monde dont 5 dotées d'imprimantes numériques grand format. Depuis plus de 25 ans, une capacité d'innovation importante et des produits de haute qualité font de Prismaflex le meilleur interlocuteur des afficheurs et de la grande distribution. Prismaflex International est coté sur Alternext à la Bourse de Paris. Plus d'infos...

Source : www.plein-soleil.info



Première pré-enseigne retro éclairée via l'énergie solaire : un nproduit Blue Tech® par Prismaflex International

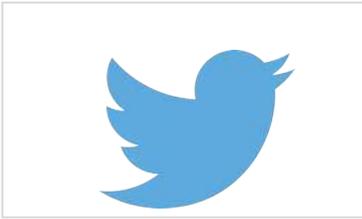
Des panneaux autonomes grâce à l'énergie solaire ; pari tenu grâce à la technologie Blue Tech® développée par Prismaflex International. Cette innovation, bénéficiant de 2 brevets et 3 Awards (INPI, VISCOM, FEPE), repose sur un procédé unique breveté par Sun Partner et développé par Prismaflex qui allie cellules photovoltaïques et impression d'un film optique. Permettant de rendre les cellules photovoltaïques invisibles, cette prouesse technologique révolutionne le monde de l'affichage publicitaire en proposant des panneaux autonomes grâce à l'énergie solaire.

Installation de la première pré-enseigne rétro-éclairée 100% autonome !

Après plusieurs années de R&D et des tests en situation réelle, la pré-enseigne Blue Tech® est opérationnelle et disponible à la commercialisation. La 1ère a été installée à Rousset (13) pour un site de production de ST Microelectronics. Cette collaboration marque l'installation de la 1ère pré-enseigne rétro-éclairée 100% autonome sur le marché, avec de nombreux avantages : un rétro-éclairage sans contrainte, une exploitation immédiate et un bilan économique intéressant. Dans un environnement juridique qui tend à limiter leur nombre, l'apparition d'une pré-enseigne rétro-éclairée entièrement autonome est une avancée considérable !

La pré-enseigne Blue Tech®, en plus d'être rétro-éclairée, est aussi intelligente et propose un éclairage statique ou dynamique avec variation de l'intensité, ainsi que différentes programmations possibles. Cette première mise en service d'une pré-enseigne rétro-éclairée fait suite à l'installation des premiers planimètres équipés de la technologie Blue Tech®, à Lyon, au LOU Rugby, et en Belgique.

Prismaflex International est l'un des seuls fournisseurs au monde à être à la fois un fabricant industriel de panneaux d'affichage et un imprimeur numérique grand format présent sur différents continents. Le groupe, dont le siège social est basé en France, compte 300 collaborateurs répartis dans 10 filiales à travers le monde dont 5 dotées d'imprimantes numériques grand format. Depuis plus de 25 ans, une capacité d'innovation importante et des produits de haute qualité font de Prismaflex le meilleur interlocuteur des afficheurs et de la grande distribution. Prismaflex International est coté sur Alternext à la Bourse de Paris. Plus d'infos...



Média	www.twitter.com
Type de média	Fil Twitter de APDigitales
Date de parution	Mardi 21 juillet 2015
Titre	#Prismaflex estara de nuevo en @CPrintMadrid y tendra un stand decorado con su soporte Graph'it @Prismaflex #CPrint
Journaliste	



APdigitales @APdigitales · 21 juil. 2015

#Prismaflex estará de nuevo en @CPrint_Madrid y tendrá un stand decorado con su soporte Graph'it @Prismaflex #CPrint bit.ly/1HGeRVX



www.flash-infos.com

Pays : France

Dynamisme : 38



Page 1/1

[Visualiser l'article](#)

PRISMAFLEX : Panneaux d'affichage, impression numérique

Sur le premier trimestre de son exercice 2015/2016, PRISMAFLEX INTERNATIONAL / T : 04.74.70.68.00 (siège à Haute-Rivoire) a accusé un recul de ses ventes de 4,6%, à 13,49 M€. Hors décoration intérieure, l'activité impression affiche une progression de 3,1% à devises courantes. L'activité cadres hors décoration intérieure s'établit à 5,35 M€ contre 6,15 M€ l'an dernier à la même époque. www.prismaflex.com



INNOVATION

Prismaflex crée une pré-enseigne rétro-éclairée 100%

autonome. La première a été installée à Rousset (13) sur un site de production de ST Microelectronics. Cette innovation repose sur un procédé unique breveté par Sun Partner et développé par Prismaflex qui allie cellules photovoltaïques et impression d'un film optique



Média	www.twitter.com
Type de média	Fil Twitter de Flash Infos Economie
Date de parution	Mercredi 22 juillet 2015
Titre	#Infos #Economie PRISMAFLEX : Panneaux d'affichage, impression numérique
Journaliste	



Flash Infos @FlashInfos_Eco · 22 juil. 2015

#Info #Economie **PRISMAFLEX** : Panneaux d'affichage, impression numérique
goo.gl/PFP7NI via Flash-Infos.com



PRISMAFLEX : Panneaux d'affichage, impression n...

PRISMAFLEX : Panneaux d'affichage, impression numérique - Information Economique Résultats - veille - Flash Infos

flash-infos.com





La ville du futur

Quand Lyon invente la lumière de demain

La ville d'Eindhoven aux Pays-Bas, pionnière en éclairage urbain intelligent et vice-présidente de LUCI, le réseau international des villes sur l'éclairage urbain créé à Lyon.

N'en déplaise à Paris, Lyon pourrait sans mal s'approprier le titre de "ville lumière". Avant la célèbre fête, qui a pris sa dimension actuelle avec Raymond Barre, puis Gérard Collomb, Michel Noir avait initié en 1989 le plan Lumière, pour mettre en valeur les façades et bâtiments de la ville, art dans lequel Lyon va exceller et qui sera exporté ensuite dans le reste du monde. Forte de cette histoire, Lyon est aujourd'hui une pépinière d'entreprises et d'acteurs à la pointe en matière d'éclairage, public comme privé.

Lightex : l'alliance de la soie et de la lumière

Fondée en 1890, l'entreprise de soierie Brochier a su concilier deux grandes industries lyonnaises : lumière et tissage. Avec sa branche Technologies, l'entreprise a inventé Lightex, un tissu éclairant rendu possible grâce au tissage de fibre optique, alimenté ensuite par une source de lumière comme des leds. Lightex a été mis au point à l'origine pour les trains Alstom et permet de transformer n'importe quel élément de l'aménagement intérieur en source lumineuse. L'entreprise a continué cette aventure avec sa filiale NeoMedLight, qui utilise Lightex pour créer des tissus lumineux capables de soigner les nouveau-nés atteints de jaunisse. À terme, d'autres maladies pourraient être combattues grâce au tissu Lightex : le psoriasis, les dépressions... Le concept pourrait également aider dans la lutte contre la douleur.

Luci : un réseau qui brille aux quatre coins du monde

Forte de l'héritage du plan Lumière, la direction de l'éclairage public de Lyon est amenée à partager son expertise partout dans le monde. Dans ce but, Lyon a fondé en 2002 le réseau Luci (Lighting Urban Community International) qui regroupe 70 villes, dont Turin, Copenhague, Glasgow et Moscou, dont Lyon reste le leader naturel. Les chantiers sont encore importants : diminuer les nuisances, réaliser des économies d'énergie, mais aussi travailler sur l'éclairage intelligent de demain et le marketing urbain à travers la lumière (comme le 8 Décembre). Lyon compte d'ailleurs une pépite en matière d'équipements d'éclairage public. Située aux Chères, dans le Beaujolais, la société Sogexi exporte dans le monde entier (Dubai, Belgrade, Bern, Casablanca, la Nouvelle-Calédonie, mais aussi Shanghai) des produits fabriqués dans la région.

Ingélux : ces Lyonnais qui éclairent la Joconde



C'est un secret pour beaucoup, Mona Lisa est éclairée en partie grâce à l'expertise des Lyonnais d'Ingélux, qui ont créé le système de pilotage et d'optimisation du rendu des couleurs pour sublimer le tableau sans l'abîmer. Les leds fournies par Toshiba doivent voir leur lumière suffisamment bien dosée pour compenser l'effet du verre qui protège le tableau. Christophe Marty, ingénieur et codirecteur d'Ingélux, prône une approche scientifique : "On est éclairagiste, moins artiste. Préserver les œuvres est primordial, la lumière abîme les pigments. Ce sont de gros enjeux, mais on savait où on voulait aller." Ainsi Ingélux laisse-t-il le dernier mot au conservateur du musée : "On a construit le bon outil, mais c'est lui qui fait le réglage final."



Sonepar éclaire le Grand Stade

Membre fondateur de la Fête des lumières, Sonepar a remporté les appels d'offres pour le nouveau stade de l'OL. Le spécialiste de la distribution de matériel électrique fournira les 1 600 points lumineux et 700 kilomètres de câbles qui participeront à l'éclairage de l'édifice. Christophe Kazarian, technico-commercial pour Sonepar, explique les enjeux du chantier : "Les leds permettent d'avoir une solution économique et écologique aussi bien pour le parking que pour les tribunes. Aujourd'hui, il y a des réglementations en matière de pollution lumineuse. L'éclairage est tourné vers le bas et ne diffuse plus vers l'atmosphère. Il n'y aura pas de colonne qui va monter à plusieurs mètres de hauteur." Le chantier continue, les tests aussi : "Sur un tel édifice, vous devez encore faire des essais pour valider le résultat. Il faut tenir compte de l'éclairage en fonction des matériaux éclairés. Les choses doivent être parfaites."

Sleep Companion : améliorer le sommeil de chacun

L'entreprise lyonnaise Holi s'était déjà fait remarquer en 2014 avec sa Smart Lamp, un carré lumineux permettant de changer l'ambiance de sa maison en fonction de son humeur. Elle continue d'innover avec le Sleep Companion, une ampoule capable d'aider



ses utilisateurs à mieux dormir grâce à de nombreux capteurs. Pour Grégoire Gérard, cofondateur d'Holi, "la lumière a un vrai impact sur l'organisme. Le soir, les couleurs orangées favorisent la sécrétion de mélatonine, hormone du sommeil. Le matin, des lumières bleues arrêtent le processus." Le Sleep Companion est vendu à 79 euros, accompagné d'une application qui permet de surveiller sa "dette de sommeil" quand ce dernier n'est pas suffisant. Aujourd'hui, Holi réalise 60 % de son chiffre d'affaires à l'export, avec majoritairement des clients aux États-Unis : "Ils mettent moins de temps à se décider et n'hésitent pas à tenter un pari."

Prismaflex : le panneau publicitaire autonome

Avec la technologie Blue Tech, Prismaflex peut aujourd'hui proposer des panneaux publicitaires complètement autonomes. Les cellules photovoltaïques transparentes sont intégrées au panneau et alimentent un système de rétroéclairage chargé de l'illuminer la nuit.

/// FLORENT DELIGIA

Un regroupement pour la lumière

Les entreprises spécialisées dans la lumière se sont unies en 2008 au sein du cluster Lumière. Ce dernier regroupe aujourd'hui 170 structures. Pour Patrick Clert-Girard, son délégué général, tout est parti de Lyon : "Avec le plan Lumière, la ville a permis l'émergence du métier de concepteur lumière. C'est lui qui portait la notion même de ce plan Lumière." Les années 2000 ont été marquées par la recherche d'économies énergétiques. Aujourd'hui, le nouveau challenge est ailleurs, pour Patrick Clert-Girard : "On cherche à ce que la lumière soit au service de l'homme. Les technologies led* ont tout révolutionné. C'est un point qui peut être petit, émet un flux perpendiculaire que l'on distribue comme on veut et dont on peut faire varier la couleur ou l'intensité. Les possibilités sont illimitées, ce qui a entraîné l'émergence d'entreprises très spécialisées, dans des secteurs très précis."

* Light Emitting Diode (diode électroluminescente).



Média

www.formatxxl.fr

Type de média

Presse internet professionnelle spécialisée

Date de parution

Vendredi 4 septembre 2015

Titre

Prismaflex s'affiche au Viscom

Journaliste



Prismaflex s'affiche au Viscom

sep. 4, 2015

Fidèle au rendez-vous, Prismaflex participera à la 27^e édition du Viscom Paris, présentant sa gamme complète de panneaux LED Prismaflex indoor et outdoor, du Pitch de 1.9 au Pitch de 8. Le groupe Prismaflex International est en effet le seul fabricant Français de LED à posséder ses propres usines en Europe et en Chine. A découvrir sur le stand, un écran LCD intégré dans un mobilier de 2 m² et les écrans LED fabriqués dans les usines de l'entreprise intégrés dans différents design. La gamme des panneaux autonomes en énergie Blue Tech® sera également présente sur le stand avec un panneau déroulant de 2 m² et une pré-enseigne rétro-éclairée : une première mondiale à l'heure des changements de législation autour de l'installation de pré - enseignes. Un coaching aura lieu le jeudi 1^{er} octobre de 11 à 12 h sur le thème « Définition d'un standard dans les panneaux numériques outdoor », animé par Frédéric Laugier, responsable commercial France Chez Prismaflex, avec des intervenants issus du marché de la communication visuelle.

Stand B073





Média

www.formatxxl.fr

Type de média

Presse internet professionnelle spécialisée

Date de parution

Vendredi 4 septembre 2015

Titre

Prismaflex s'affiche au Viscom

Journaliste



STAND B073

Prismaflex International

Prismaflex est à la fois un fabricant industriel de panneaux d'affichage et un imprimeur numérique grand format : cinq de ses onze filiales sont dotées de presses numériques grand format. Mais c'est en tant qu'expert de la diode électroluminescente (LED) que l'entreprise se positionne, en présentant sa gamme complète de panneaux LED PrismaTronic intérieurs et extérieurs. Le groupe présente son savoir-faire dans l'intégration spécifique des écrans LED dans les mobiliers. Plusieurs éléments sont mis en scène : un écran à cristaux liquides (LCD) intégré dans un mobilier de 2 m²,



ou des écrans LED fabriqués dans les usines de l'entreprise, en Europe et en Chine, intégrés dans différents designs. Des panneaux de 6, de 4 et de 2 m²

sont également installés. À l'heure des changements de législation autour de l'installation de pré-enseignes, Prismaflex présente, en première mondiale,

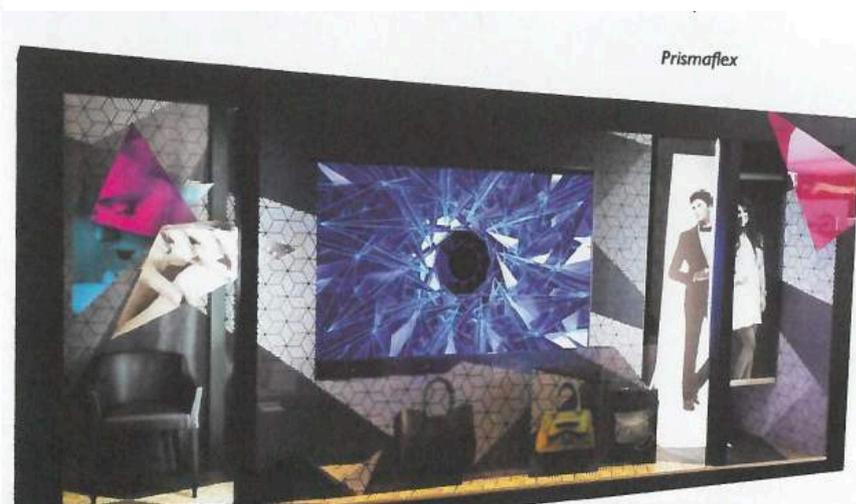
une pré-enseigne rétro-éclairée et un panneau déroulant de 2 m² avec sa gamme de panneaux autonomes en énergie Blue Tech. Tout au long du salon, des démonstrations du *monitoring* des panneaux LED PrismaTronic, ainsi que des chargements de visuels, sont effectués. Un *coaching* sur le thème « Définition d'un standard dans les panneaux numériques outdoor » a lieu le jeudi 1^{er} octobre, de 11 à 12 heures. Il est animé par Frédéric Laugier, responsable commercial France chez Prismaflex, avec des intervenants issus du marché de la communication visuelle. ■

PRISMAFLEX **STAND B073**

Prismaflex a choisi de montrer son savoir-faire dans l'intégration spécifique des écrans LED dans les mobiliers en présentant sa gamme complète de panneaux LED Prismaflex indoor et outdoor, du

Pitch de 1.9 au Pitch de 8. Le groupe Prismaflex International est en effet le seul fabricant français de LED à posséder ses propres usines en Europe et en Chine.

La gamme des panneaux autonomes en énergie Blue Tech est également présente sur le stand avec un panneau déroulant 2m² et une pré-enseigne rétro-éclairée : une première mondiale à l'heure des changements de législation autour de l'installation de pré-enseignes. Tout au long du salon, des démonstrations du monitoring des panneaux LED Prismaflex ainsi que des chargements de visuels seront effectués sur le stand de Prismaflex. Un coaching aura lieu le jeudi 1er Octobre de 11h à 12h sur le thème « Définition d'un standard dans les panneaux numériques Outdoor », animé par Frédéric Laugier, responsable commercial France chez Prismaflex, avec des intervenants issus du marché de la communication visuelle.





Média	www.apdigitales.com
Type de média	Presse internet professionnelle espagnole
Date de parution	Vendredi 2 octobre 2015
Titre	Prismaflex Ibérica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en C!Print Madrid
Journaliste	Montse Vasco

CENTROS DE IMPRESIÓN

Prismaflex Ibérica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en C!Print Madrid

La segunda edición de la feria C!Print se celebrará en Madrid del 6 al 8 de octubre de este año. El evento se centra en soluciones de comunicación visual, impresión y personalización, y dará la bienvenida a más de 80 expositores, incluyendo Prismaflex Ibérica, la filial española del especialista de impresión digital de gran formato Prismaflex International.

Prismaflex Ibérica presenta su experiencia en Madrid

En su papel como empresa asociada, Prismaflex Ibérica suministrará algunos soportes publicitarios autónomos de energía solar retroiluminados **Blue-Tech**. Los soportes mostrarán información y guiarán a los visitantes a la sala de exposiciones donde los profesionales podrán descubrir a Prismaflex en la zona de "soluciones para la comunicación".



Stand B120 y comunicación POP

Decorado con Graph'it, el sustrato de auto-agarre diseñado, desarrollado e impreso por Prismaflex, el stand de Prismaflex Ibérica presentará una serie de productos que resultan de la intensiva actividad I+D del grupo en el desarrollo para el mercado POP.

Junto al **Graph'it**, que ya ha revolucionado la publicidad gracias a sus características innovadoras (ligero, resistente al agua, larga vida útil y ecológico) también pueden descubrir y probar el marco **Moviflex**: un panel con perfiles móviles que permite la fijación de lonas tensadas desde la parte inferior del panel... y muchas otras soluciones diseñadas específicamente para el punto de comunicación o de compra. Todo ello con un amplio asesoramiento y explicaciones de los equipos españoles y portugueses de Prismaflex del 06 al 08 de octubre.

España, un mercado en movimiento para Prismaflex Ibérica

Más allá de sus actividades en el mercado POP, Prismaflex International, el proveedor preferido de los profesionales españoles del mundo de la publicidad durante más de 25 años, ha engalanado el puerto de Barcelona con diversos paneles LED por orden de **Clear Channel**, habitual cliente de Prismaflex con muchos displays por todo el mundo.

En el puerto de Barcelona, Prismaflex instaló ocho soportes doble cara P6 de 2m².





Média	www.apdigitales.com
Type de média	Presse internet professionnelle espagnole
Date de parution	Vendredi 2 octobre 2015
Titre	Prismaflex Ibérica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en C !Print Madrid
Journaliste	Montse Vasco

Especializados también en la **impresión digital de gran formato**, la filial española del grupo cuenta con un parque de impresión de 8 máquinas, con una capacidad de impresión de 40.000m2 al mes.

Prismaflex International es una de las pocas empresas en el mundo que ofrece una combinación de fabricación industrial y soluciones para la publicidad, y además servicios de impresión digital con operaciones en todo el mundo.

Las oficinas centrales del Grupo se encuentran en Francia, mientras que sus 300 colaboradores operan en 11 filiales en todo el mundo - cinco de las cuales están equipadas con máquinas de impresión digital de gran formato. La unión de 25 años de experiencia junto con la búsqueda permanente de innovación y la excepcional calidad de sus productos, ha transformado Prismaflex en un socio clave para los profesionales del mundo de la publicidad y el mercado minorista. Actualmente, Prismaflex International cotiza en el mercado de valores Alternext de París.

www.prismaflex.com





Média	www.twitter.com
Type de média	Fil Twitter de APDigitales
Date de parution	Vendredi 2 octobre 2015
Titre	En @CPrint_Madrid 2015 @Prismaflex mostrara su doble funcionalidad con soluciones POP #CPrint
Journaliste	



APdigitales @APdigitales · 2 oct. 2015

En @CPrint_Madrid 2015 @Prismaflex mostrará su doble funcionalidad con soluciones POP #CPrint bit.ly/1KQBFE2



<i>Média</i>	www.alabrent.com
<i>Type de média</i>	Presse internet professionnelle espagnole
<i>Date de parution</i>	Lundi 5 octobre 2015
<i>Titre</i>	Prismaflex Iberica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C!Print Madrid
<i>Journaliste</i>	

Prismaflex Ibérica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C!Print Madrid

Lunes 5 de octubre de 2015

La segunda edición de la feria C!Print se celebrará en Madrid del 6 al 8 de octubre de este año. El evento se centra en soluciones de comunicación visual, impresión y personalización y dará la bienvenida a más de 80 expositores, incluyendo Prismaflex Ibérica, la filial española del especialista de impresión digital de gran formato Prismaflex International.

Prismaflex Ibérica presenta su experiencia en Madrid

En su papel como empresa asociada, Prismaflex Ibérica suministrará algunos soportes publicitarios autónomos de energía solar retroiluminados Blue-Tech®. Los soportes mostrarán información y guiarán a los visitantes a la sala de exposiciones donde los profesionales podrán descubrir a Prismaflex en la zona de "soluciones para la comunicación".

Fijese en el stand B120 y comunicación POP

Decorado con Graph'it®, el sustrato de auto-agarre diseñado, desarrollado e impreso por Prismaflex, el stand de Prismaflex Ibérica presentará una serie de productos que resultan de la intensiva actividad I+D del grupo en el desarrollo para el mercado POP.

Junto al Graph'it®, que ya ha revolucionado la publicidad gracias a sus características innovadoras (Ligero, resistente al agua, larga vida útil y ecológico) también pueden descubrir y probar el marco Moviflex: un panel con perfiles móviles que permite la fijación de lonas tensadas desde la parte inferior del panel... y muchas otras soluciones diseñadas específicamente para el punto de comunicación o de compra. Todo ello con un amplio asesoramiento y explicaciones de nuestros equipos españoles y portugueses en las fechas del 06 al 08 de octubre

España, un mercado en movimiento para Prismaflex Ibérica

Más allá de sus actividades en el mercado POP, Prismaflex International, el proveedor preferido de los profesionales españoles del mundo de la publicidad durante más de 25 años, ha engalanado el puerto de Barcelona con diversos paneles LED por orden de Clear Channel, habitual cliente de Prismaflex con muchos displays por todo el mundo.

En el puerto de Barcelona, Prismaflex instaló ocho soportes doble cara P6 de 2m . Especializados también en la impresión digital de gran formato, la filial española del grupo cuenta con un parque de impresión de 8 máquinas, con una capacidad de impresión de 40.000m2 al mes.

Média	Alabrent Newsletter
Type de média	Newsletter professionnelle espagnole
Date de parution	Lundi 5 octobre 2015
Titre	Prismaflex Iberica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C!Print Madrid
Journaliste	

Prismaflex Ibérica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C!Print Madrid

Prismaflex Ibérica presenta su experiencia en Madrid En su papel como empresa asociada, Prismaflex Ibérica suministrará algunos soportes publicitarios autónomos de energía solar retroiluminados Blue-Tech®. Los soportes mostrarán información y guiarán a los visitantes a la sala de exposiciones donde los profesionales podrán descubrir a Prismaflex en la zona de "soluciones para la comunicación". Fíjese en el stand B120 y comunicación POP Decorado con Graph'it®, el sustrato d ...



Média	www.portalgraf.net
Type de média	Presse internet professionnelle espagnole
Date de parution	Lundi 5 octobre 2015
Titre	Prismaflex Iberica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C!Print
Journaliste	

Prismaflex Ibérica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C!Print Madrid



Lunes, 05 de Octubre de 2015 06:00

Escrito por Alabrent

Entrar Share Twittear 0 G+ 0 in Share

Prismaflex Ibérica presenta su experiencia en MadridEn su papel como empresa asociada Prismaflex Ibérica suministrará algunos soportes publicitarios autónomos de energía solar retroiluminados BlueTech®. Los soportes mostrarán información y guiarán a los visitantes a la sala de exposicion... es donde los profesionales podrán descubrir a Prismaflex en la zona de soluciones para la comunicación. ...

Leer Más en: [Alabrent](#)





Média	www.imprentasonline.net
Type de média	Presse internet professionnelle espagnole
Date de parution	Lundi 5 octobre 2015
Titre	Prismaflex Iberica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C !Print Madrid
Journaliste	

Prismaflex Ibérica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C!Print Madrid

Noticias del sector - Lun, 05/10/2015 - 05:00

Prismaflex Ibérica presenta su experiencia en Madrid En su papel como empresa asociada Prismaflex Ibérica suministrará algunos soportes publicitarios autónomos de energía solar retroiluminados BlueTech®. Los soportes mostrarán información y guiarán a los visitantes a la sala de exposiciones donde los profesionales podrán descubrir a Prismaflex en la zona de soluciones para la comunicación. ...

Categorías: Artes gráficas





Média	www.industriagraficaonline.com
Type de média	Presse internet professionnelle espagnole
Date de parution	Mardi 6 octobre 2015
Titre	Prismaflex Iberica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C !Print Madrid
Journaliste	

Prismaflex Ibérica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C!Print

(06-10-2015)

C!Print se centra en soluciones de comunicación visual, impresión y personalización y dará la bienvenida a más de 80 expositores, incluyendo Prismaflex Ibérica, la filial española del especialista de impresión digital de gran formato Prismaflex International. En su papel como empresa asociada, Prismaflex Ibérica suministrará algunos soportes publicitarios autónomos de energía solar retroiluminados Blue-Tech. Los soportes mostrarán información y guiarán a los visitantes a la sala de exposiciones donde los profesionales podrán descubrir a Prismaflex en la zona de "soluciones para la comunicación".

Decorado con Graph'it®, el sustrato de auto-agarre diseñado, desarrollado e impreso por Prismaflex, el stand de Prismaflex Ibérica presentará una serie de productos que resultan de la intensiva actividad I+D del grupo en el desarrollo para el mercado POP. Junto al Graph'it®, que ya ha revolucionado la publicidad gracias a sus características innovadoras (Ligero, resistente al agua, larga vida útil y ecológico) también pueden descubrir y probar el marco Moviflex: un panel con perfiles móviles que permite la fijación de lonas tensadas desde la parte inferior del panel... y muchas otras soluciones diseñadas específicamente para el punto de comunicación o de compra. Todo ello con un amplio asesoramiento y explicaciones de nuestros equipos españoles y portugueses en las fechas del 06 al 08 de octubre.

Más allá de sus actividades en el mercado POP, Prismaflex International, el proveedor preferido de los profesionales españoles del mundo de la publicidad durante más de 25 años, ha engalanado el puerto de Barcelona con diversos paneles LED por orden de Clear Channel, habitual cliente de Prismaflex con muchos displays por todo el mundo. En el puerto de





Média	www.industriagraficaonline.com
Type de média	Presse internet professionnelle espagnole
Date de parution	Mardi 6 octobre 2015
Titre	Prismaflex Iberica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C !Print Madrid
Journaliste	

Barcelona, Prismaflex instaló ocho soportes doble cara P6 de 2m². Especializados también en la impresión digital de gran formato, la filial española del grupo cuenta con un parque de impresión de 8 máquinas, con una capacidad de impresión de 40.000m² al mes.

Prismaflex International es una de las pocas empresas en el mundo que ofrece una combinación de fabricación industrial y soluciones para la publicidad, y además servicios de impresión digital con operaciones en todo el mundo. Las oficinas centrales del Grupo se encuentran en Francia, mientras que sus 300 colaboradores operan en 11 filiales en todo el mundo - cinco de las cuales están equipadas con máquinas de impresión digital de gran formato. La unión de 25 años de experiencia junto con la búsqueda permanente de innovación y la excepcional calidad de sus productos, ha transformado Prismaflex en un socio clave para los profesionales del mundo de la publicidad y el mercado minorista. Actualmente, Prismaflex International cotiza en el mercado de valores Alternext de París.





<i>Média</i>	www.repropres.net
<i>Type de média</i>	Presse internet professionnelle espagnole
<i>Date de parution</i>	Mardi 6 octobre 2015
<i>Titre</i>	Prismaflex Iberica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C!Print
<i>Journaliste</i>	

~ Noticia ~

Prismaflex Ibérica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C!Print

06-10-2015

Connexion

C!Print se centra en soluciones de comunicación visual, impresión y personalización y dará la bienvenida a más de 80 expositores, incluyendo Prismaflex Ibérica, la filial española del especialista de impresión digital de gran formato Prismaflex International. En su papel como empresa asociada, Prismaflex Ibérica suministrará algunos soportes publicitarios autónomos de energía solar retroiluminados Blue-Tech. Los soportes mostrarán información y guiarán a los visitantes a la sala de exposiciones donde los profesionales podrán descubrir a Prismaflex en la zona de "soluciones para la comunicación".

Decorado con Graph'it®, el sustrato de auto-agarre diseñado, desarrollado e impreso por Prismaflex, el stand de Prismaflex Ibérica presentará una serie de productos que resultan de la intensiva actividad I+D del grupo en el desarrollo para el mercado POP. Junto al Graph'it®, que ya ha revolucionado la publicidad gracias a sus características innovadoras (Ligero, resistente al agua, larga vida útil y ecológico) también pueden descubrir y probar el marco Moviflex: un panel con perfiles móviles que permite la fijación de lonas tensadas desde la parte inferior del panel... y muchas otras soluciones diseñadas específicamente para el punto de comunicación o de compra. Todo ello con un amplio asesoramiento y explicaciones de nuestros equipos españoles y portugueses en las fechas del 06 al 08 de octubre.





Média	www.repropres.net
Type de média	Presse internet professionnelle espagnole
Date de parution	Mardi 6 octobre 2015
Titre	Prismaflex Iberica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C !Print
Journaliste	

Más allá de sus actividades en el mercado POP, Prismaflex International, el proveedor preferido de los profesionales españoles del mundo de la publicidad durante más de 25 años, ha engalanado el puerto de Barcelona con diversos paneles LED por orden de Clear Channel, habitual cliente de Prismaflex con muchos displays por todo el mundo. En el puerto de Barcelona, Prismaflex instaló ocho soportes doble cara P6 de 2m². Especializados también en la impresión digital de gran formato, la filial española del grupo cuenta con un parque de impresión de 8 máquinas, con una capacidad de impresión de 40.000m² al mes.

Prismaflex International es una de las pocas empresas en el mundo que ofrece una combinación de fabricación industrial y soluciones para la publicidad, y además servicios de impresión digital con operaciones en todo el mundo. Las oficinas centrales del Grupo se encuentran en Francia, mientras que sus 300 colaboradores operan en 11 filiales en todo el mundo - cinco de las cuales están equipadas con máquinas de impresión digital de gran formato. La unión de 25 años de experiencia junto con la búsqueda permanente de innovación y la excepcional calidad de sus productos, ha transformado Prismaflex en un socio clave para los profesionales del mundo de la publicidad y el mercado minorista. Actualmente, Prismaflex International cotiza en el mercado de valores Alternext de París.





Média	www.prosignhoy.com
Type de média	Presse internet professionnelle espagnole
Date de parution	Mardi 6 octobre 2015
Titre	Prismaflex Iberica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C!Print
Journaliste	

~ Noticia ~

Prismaflex Ibérica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C!Print

C!Print se centra en soluciones de comunicación visual, impresión y personalización y dará la bienvenida a más de 80 expositores, incluyendo Prismaflex Ibérica, la filial española del especialista de impresión digital de gran formato Prismaflex International. En su papel como empresa asociada, Prismaflex Ibérica suministrará algunos soportes publicitarios autónomos de energía solar retroiluminados Blue-Tech. Los soportes mostrarán información y guiarán a los visitantes a la sala de exposiciones donde los profesionales podrán descubrir a Prismaflex en la zona de "soluciones para la comunicación".

Decorado con Graph'it®, el sustrato de auto-agarre diseñado, desarrollado e impreso por Prismaflex, el stand de Prismaflex Ibérica presentará una serie de productos que resultan de la intensiva actividad I+D del grupo en el desarrollo para el mercado POP. Junto al Graph'it®, que ya ha revolucionado la publicidad gracias a sus características innovadoras (Ligero, resistente al agua, larga vida útil y ecológico) también pueden descubrir y probar el marco Moviflex: un panel con perfiles móviles que permite la fijación de lonas tensadas desde la parte inferior del panel... y muchas otras soluciones diseñadas específicamente para el punto de comunicación o de compra. Todo ello con un amplio asesoramiento y explicaciones de nuestros equipos españoles y portugueses en las fechas del 06 al 08 de octubre.





Média	www.prosignhoy.com
Type de média	Presse internet professionnelle espagnole
Date de parution	Mardi 6 octobre 2015
Titre	Prismaflex Iberica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C !Print
Journaliste	

Más allá de sus actividades en el mercado POP, Prismaflex International, el proveedor preferido de los profesionales españoles del mundo de la publicidad durante más de 25 años, ha engalanado el puerto de Barcelona con diversos paneles LED por orden de Clear Channel, habitual cliente de Prismaflex con muchos displays por todo el mundo. En el puerto de Barcelona, Prismaflex instaló ocho soportes doble cara P6 de 2m². Especializados también en la impresión digital de gran formato, la filial española del grupo cuenta con un parque de impresión de 8 máquinas, con una capacidad de impresión de 40.000m² al mes.

Prismaflex International es una de las pocas empresas en el mundo que ofrece una combinación de fabricación industrial y soluciones para la publicidad, y además servicios de impresión digital con operaciones en todo el mundo. Las oficinas centrales del Grupo se encuentran en Francia, mientras que sus 300 colaboradores operan en 11 filiales en todo el mundo - cinco de las cuales están equipadas con máquinas de impresión digital de gran formato. La unión de 25 años de experiencia junto con la búsqueda permanente de innovación y la excepcional calidad de sus productos, ha transformado Prismaflex en un socio clave para los profesionales del mundo de la publicidad y el mercado minorista. Actualmente, Prismaflex International cotiza en el mercado de valores Alternext de París.



<i>Média</i>	www.impresion.com
<i>Type de média</i>	Presse internet professionnelle espagnole
<i>Date de parution</i>	Mardi 6 octobre 2015
<i>Titre</i>	Prismaflex Iberica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C!Print
<i>Journaliste</i>	

~ Noticia ~

Prismaflex Ibérica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C!Print

C!Print se centra en soluciones de comunicación visual, impresión y personalización y dará la bienvenida a más de 80 expositores, incluyendo Prismaflex Ibérica, la filial española del especialista de impresión digital de gran formato Prismaflex International. En su papel como empresa asociada, Prismaflex Ibérica suministrará algunos soportes publicitarios autónomos de energía solar retroiluminados Blue-Tech. Los soportes mostrarán información y guiarán a los visitantes a la sala de exposiciones donde los profesionales podrán descubrir a Prismaflex en la zona de "soluciones para la comunicación".

Decorado con Graph'it®, el sustrato de auto-agarre diseñado, desarrollado e impreso por Prismaflex, el stand de Prismaflex Ibérica presentará una serie de productos que resultan de la intensiva actividad I+D del grupo en el desarrollo para el mercado POP. Junto al Graph'it®, que ya ha revolucionado la publicidad gracias a sus características innovadoras (Ligero, resistente al agua, larga vida útil y ecológico) también pueden descubrir y probar el marco Moviflex: un panel con perfiles móviles que permite la fijación de lonas tensadas desde la parte inferior del panel... y muchas otras soluciones diseñadas específicamente para el punto de comunicación o de compra. Todo ello con un amplio asesoramiento y explicaciones de nuestros equipos españoles y portugueses en las fechas del 06 al 08 de octubre.



Média	www.impresmpres.com
Type de média	Presse internet professionnelle espagnole
Date de parution	Mardi 6 octobre 2015
Titre	Prismaflex Iberica demuestra su doble funcionalidad con soluciones POP en la feria C !Print
Journaliste	

Más allá de sus actividades en el mercado POP, Prismaflex International, el proveedor preferido de los profesionales españoles del mundo de la publicidad durante más de 25 años, ha engalanado el puerto de Barcelona con diversos paneles LED por orden de Clear Channel, habitual cliente de Prismaflex con muchos displays por todo el mundo. En el puerto de Barcelona, Prismaflex instaló ocho soportes doble cara P6 de 2m². Especializados también en la impresión digital de gran formato, la filial española del grupo cuenta con un parque de impresión de 8 máquinas, con una capacidad de impresión de 40.000m² al mes.

Prismaflex International es una de las pocas empresas en el mundo que ofrece una combinación de fabricación industrial y soluciones para la publicidad, y además servicios de impresión digital con operaciones en todo el mundo. Las oficinas centrales del Grupo se encuentran en Francia, mientras que sus 300 colaboradores operan en 11 filiales en todo el mundo - cinco de las cuales están equipadas con máquinas de impresión digital de gran formato. La unión de 25 años de experiencia junto con la búsqueda permanente de innovación y la excepcional calidad de sus productos, ha transformado Prismaflex en un socio clave para los profesionales del mundo de la publicidad y el mercado minorista. Actualmente, Prismaflex International cotiza en el mercado de valores Alternext de París.





L'édition 2015 de Viscom Paris a été une réussite



Un espace ludique et interactif

où dénicher des idées.

Le salon Viscom Paris qui s'est tenu porte de Versailles les 29, 30 septembre et 1er octobre a été une réussite sur tous les plans. C'est ce qu'il ressort du communiqué en date du 26 octobre.

Sous le titre *Un rendez-vous majeur et incontournable sur le marché français de la communication visuelle et de l'industrie graphique*, les organisateurs du salon Viscom Paris (Reed Expositions France) dresse le bilan d'une édition qualifiée de « grand cru » que ce soit côté exposants ou visiteurs.

Cette édition 2015 a rassemblé 164 exposants dont 36% de nouveaux et près de 24% d'étrangers représentant 14 pays différents. Au total, ces exposants représentaient 331 marques.

De leur côté, les visiteurs ont été au nombre de 11 838 professionnels dont près de 13% de visiteurs étrangers venant de 65 pays dont la Belgique, la Tunisie, l'Algérie, l'Allemagne, le Maroc, etc.

Selon les organisateurs 84% des visiteurs avaient un rôle direct en matière de décisions d'achat.

De l'enseigne au digital média

« *Je souhaitais pour cette 27e édition valoriser le digital média « petit et grand format » à l'image des évolutions du marché de la communication visuelle d'aujourd'hui* », précise Brune Jullien, directrice du salon. Celui-ci a également enregistré une nette augmentation du nombre d'exposants dans les secteurs de la signalétique et de l'enseigne, grâce notamment à un partenariat renforcé avec le Synafel (Syndicat national de l'enseigne et de la signalétique).

Autres sujets de satisfaction pour les organisateurs : les 12 conférences et les 5 séances de coaching qui ont animé les trois jours, la présence de 70 journalistes de la presse nationale et internationale, le succès enregistré par les différentes animations (Innovation Gallery, fresque graphique réalisée par Sacha Elbaz, Imag'in The Museum, parcours Vizshoot en partenariat avec Fotolia, etc).

Fort de cette réussite, Viscom Paris donne rendez-vous pour l'édition 2016, les 6, 7 et 8 septembre, porte de Versailles (Pavillon 7.1). Viscom Paris L'impression textile a le vent en poupe.

www.industrie.com

Pays : France

Dynamisme : 15



[Visualiser l'article](#)



Viscom Paris

Impression réalisée sur machine d'impression / découpe Soljet Pro4 XR-640 de Roland DG.



Viscom Paris

Impressions en sortie de la nouvelle imprimante PageWide XL 8000 de HP.

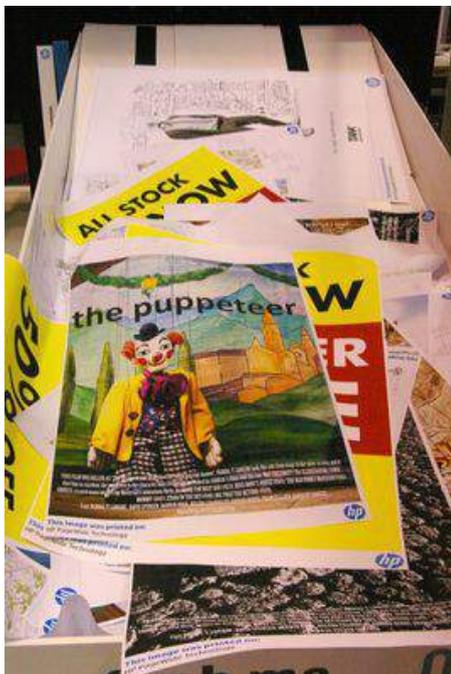
www.industrie.com

Pays : France

Dynamisme : 15



[Visualiser l'article](#)



Viscom Paris

Le total covering sur véhicules est un grand "classique" dont on ne se lasse pourtant jamais.



Viscom Paris

Arrière de panneaux LED PrismaTronic sur le stand de **Prismaflex**. Un savoir-faire dans l'intégration spécifique des écrans LED dans les mobiliers.

www.industrie.com

Pays : France

Dynamisme : 15



[Visualiser l'article](#)



Viscom Paris

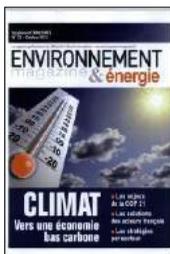
Découpes réalisées sur la table CB06-2517 de 02i Print. Pour tous types de supports, rigides ou souples.





Média	TF1
Type de média	Télévision nationale
Date de parution	Mercredi 28 octobre 2015
Titre	Les champions de l'innovation solaire
Journaliste	





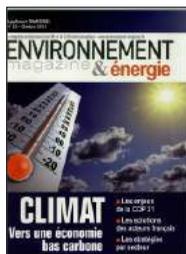
Des panneaux publicitaires autonomes en énergie



Prismaflex

Le fournisseur de panneaux publicitaires Prismaflex a installé ses premiers panneaux autonomes en énergie au printemps, à Lyon et en Belgique. Ces derniers produisent leur propre électricité grâce à la technologie photovoltaïque transparente de Wysips. Des démonstrateurs ont permis de la valider sur des surfaces de 2 et 8 m². La surface photovoltaïque se trouve sur la face arrière du panneau et sur le dessus. La pose doit donc respecter une exposition à l'est, au sud ou à l'ouest, et éviter les zones peu ensoleillées. Des batteries NiMH assurent deux à trois jours d'autonomie. ●

> www.prismaflex.com



COP 21 LES ÉQUIPEMENTS

Les filières industrielles manquent encore de visibilité

L'industrie française est prête à répondre aux besoins de la transition énergétique. Pour tourner à plein régime, les équipementiers ont maintenant besoin d'une vision à long terme du marché.



Paul-Louis Fernandez / Quadron

Il manque au marché national du photovoltaïque de la visibilité et du volume.

Solaire, éolien, géothermie, biomasse... A priori, les fabricants d'équipements pour les centrales d'énergies renouvelables sont bien implantés en France. Exemple le plus frappant : l'hydroélectricité. « La filière est structurée depuis des décennies. En termes de partenaires sous-traitants, il y a en France un écosystème ancien et bien rôdé, qui couvre toute la chaîne de valeur », souligne François Valmage, vice-président stratégie et business développement d'Alstom Renewable. Autre pilier, la filière du chauffage au bois domestique regroupe une soixantaine de PME et ETI qui produisent en France entre 400 000 et 500 000 appareils par an. « Des fabricants français sont également impliqués dans la production d'appareils pour l'habitat

collectif, les réseaux de chaleur ou l'industrie, ainsi que pour tous les appareillages périphériques », ajoute Damien Mathon, secrétaire général du Syndicat des énergies renouvelables (SER). L'industrie se développe, notamment grâce au Fonds chaleur. » Mais les équipementiers ont encore de grandes marges de développement en France. Des progrès restent à accomplir, par exemple pour structurer la filière de la méthanisation.

Selon une analyse du cabinet d'ingénierie Naskeo, pour une installation de 600 kW électriques en cogénération, 70 % des investissements sont certes d'origine tricolore. Mais les 200 méthaniseurs agricoles ou territoriaux opérationnels sur le territoire utilisent en bonne partie des équipements importés. « La méthanisation n'est pas assez développée en France pour

que les industriels français se positionnent clairement dessus », déplore Claire Ingremeau, chargée de mission au Club biogaz de l'ATEE. Pourtant, le potentiel est là, car les équipements importés ne sont pas toujours adaptés aux particularités françaises. « La méthanisation en Allemagne exploite des matières très homogènes, ce qui n'est pas le cas en France, où les intrants sont de nature très variée, compare Claire Ingremeau. Les installations outre-Rhin ne peuvent donc pas être reproduites chez nous à l'identique. Cela pourrait représenter une opportunité pour des équipementiers français. »

Encore faudrait-il structurer la filière, identifier les besoins en équipements et les fournisseurs potentiels qui pourraient y répondre. Il y a un vrai travail de sensibilisation à mener auprès des acteurs français qui pourraient s'engager. « Nous réfléchissons, au sein du Comité national biogaz, à mettre en place un programme pour structurer la filière », dévoile Damien Mathon. À l'image de ce que le SER a fait pour l'éolien, depuis 2009, avec le programme Windustry. Les candidats à ce programme sont soumis à une sélection par les donneurs d'ordres et, s'ils sont retenus, un audit leur est proposé afin d'identifier les pistes d'adaptation de leur offre à l'éolien. « Une cinquantaine d'entreprises ont déjà été sélectionnées et Windustry a été prolongé d'un an avec l'objectif d'en sélectionner vingt supplémentaires », précise le secrétaire



général. L'enjeu est d'identifier les sociétés qui combleront les petits vides dans le puzzle industriel rassemblant les milliers de pièces qui composent une éolienne. L'éolien réunit déjà près de 760 entreprises en France. Même si les grands assembleurs et constructeurs ne possèdent pas d'usines dans l'Hexagone, ce n'est pas un obstacle pour la structuration de la filière. « *L'éolien est un marché où les acteurs et les fournisseurs sont internationaux*, expose Olivier Perot, président de la commission industrie de France Énergie éolienne (FEE). *D'un strict point de vue industriel, le volume du marché français ne requiert pas forcément d'usines d'assemblage sur le territoire.* » Mais le tissu de PME tricolores fourmille de savoir-faire à mobiliser.

L'éolien en mer commence, lui aussi, à gagner en puissance industrielle. Le cluster Neopolia EMR s'est ainsi créé dans les Pays de la Loire sous l'impulsion de plusieurs acteurs locaux, comme l'agglomération de Nantes et le conseil régional. Il rassemble plus de 85 entreprises, qui collaborent pour répondre aux besoins du marché. « *Il ne servira cependant à rien de structurer une filière pour l'offshore tant que la demande n'est pas assurée sur le marché domestique*, alerte François Valmage, d'Alstom. *Il est donc indispensable que le troisième appel d'offres soit publié rapidement.* »

C'est la demande prioritaire de chaque filière : avoir de la visibilité sur l'évolution du marché. En témoigne le cas du photovoltaïque. « *Le tissu industriel ne manque pas. La visibilité et le volume du marché, en revanche, oui* », résume Richard Loyen, secrétaire général d'Enerplan. À l'exception de la production de sili-

cium, les entreprises françaises sont en effet présentes sur toute la chaîne de valeur. « *Un millier d'emplois environ, qui regroupent tout le savoir-faire nécessaire* », abonde Damien Mathon, du SER. Si elle bénéficiait d'une meilleure visibilité, la filière pourrait faire davantage.

Petite nuance pour le solaire thermique : « *la France produit deux fois plus de capteurs qu'elle en installe* », rappelle Richard Loyen. La filière n'attend qu'une baisse des coûts... et une réglementation plus favorable, notamment dans l'habitat collectif. En attendant, les fabricants affûtent leurs armes à l'étranger. C'est la stratégie choisie également par la géothermie profonde, cette fois faute de ressources naturelles suffisantes en France. Même si les références manquent sur le territoire national, la France dispose d'équipementiers pour les systèmes de forage, les turbines, etc. Pour vendre leur savoir-faire à l'international, les industriels français se sont rassemblés au sein du cluster Geodeep. Celui-ci devrait d'ailleurs bénéficier du fonds de garantie de 50 millions d'euros, dont la création a été annon-

cée, fin mars, par le ministère de l'Écologie. Quelle que soit la vitesse de déploiement des énergies renouvelables, une nouvelle filière arrive en soutien : celle des réseaux intelligents. Pour l'électricité, l'industrie française a ainsi créé en avril l'association REI smart grid France. Elle compte une cinquantaine d'adhérents, dont de grands équipementiers, des PME et des académiques. « *Notre but est de bâtir une filière, de défendre une vision commune et de porter haut et loin les couleurs de la filière des smart grids française* », promeut Valérie-Anne Lencznar, déléguée générale de l'association. En clair, faire du lobbying. Dans l'immédiat, l'objectif est de recruter davantage de PME afin de regrouper les acteurs de toutes tailles œuvrant tout au long de la chaîne de valeur. « *Aujourd'hui, le marché français des réseaux électriques intelligents pèse 3 milliards d'euros* », chiffre Valérie-Anne Lencznar. « *Nous espérons atteindre 6 milliards d'ici à cinq ans, en gardant une part de 50 % à l'export, et passer de 15 000 à 25 000 emplois.* » Les équipementiers français ne manquent pas d'ambitions. ●

Anne Connors



L'éolien réunit déjà près de 760 entreprises en France.

L'avis d'Alex Becker, directeur marketing et développement produits de Sillia

« Exporter est le seul moyen de participer à la transition énergétique »



« *La filière industrielle du photovoltaïque s'est très bien structurée en France, notamment sous l'impulsion des organisations professionnelles. Les entreprises françaises se sont ainsi positionnées sur la fabrication d'équipements de haute qualité, avec des performances qui vont nous ouvrir les portes de marchés comme ceux des États-Unis ou de la Grande-Bretagne. Être francophone constitue aussi un grand avantage pour entrer en contact avec des clients dans différents pays d'Afrique. Porter son regard à l'international devient une obligation pour les industriels français, en attendant de décrocher sur le territoire national des volumes de commandes suffisants et, de la part du gouvernement, de la clarté sur les règles du jeu.* »



« Schneider Electric mêle transition énergétique et numérique »

Interview > Fournisseur de solutions pour la transition énergétique, Schneider Electric ne peut envisager son développement sans les outils numériques. Les explications de Gilles Vermont Desroches, son directeur du développement durable.

Les technologies actuelles permettront-elles de relever le défi climatique ?

GVD : Elles sont indispensables. Une immense mutation est en cours. Elle repose sur trois piliers : l'intégration des sources renouvelables, l'accès à l'électricité par des solutions simples et l'énergie intelligente pour le plus grand nombre. Ne pas en être partie prenante, c'est courir le risque de disparaître dans un avenir proche. Cette mutation concerne toute la filière des industries électriques, électroniques et de communication. Plus largement, Schneider Electric noue des partenariats dans le monde entier avec des acteurs des transports, du bâtiment, de la gestion des réseaux électriques, de la grande distribution... Beaucoup de solutions dont on parle aujourd'hui n'existaient pas il y a cinq ans. Je vous mets au défi de deviner, par exemple, à quoi ressembleront demain nos téléphones portables.

Le numérique servira de fil conducteur...

GVD : Oui, la transition numérique fait évoluer tous les métiers, y compris le nôtre. Elle va le transformer en profondeur en permettant de surmonter les inconvénients des sources renouvelables, de lisser la demande et de consommer quand l'énergie est disponible. Avec son téléphone portable, on peut piloter intelligemment la consommation de son loge-



Schneider Electric

Gilles Vermont Desroches, directeur du développement durable de Schneider Electric.

ment. Nous assistons à un renversement de logique. Jusqu'à présent, la production s'adaptait à la demande. À l'avenir, ce sera l'inverse, car le numérique permet de proposer des solutions simples qui impliquent les individus.

Comment Schneider Electric s'adapte-t-il à cette nouvelle donne ?

GVD : Pour ses acquisitions et l'évolution de son offre, Schneider Electric mêle depuis une dizaine d'années transition énergétique et numérique.

Cette logique a d'abord été motivée par les prévisions à la hausse des prix de l'énergie. Aujourd'hui, la lutte contre le changement climatique a pris le relais. Comment atteindre dans les quinze ans à venir un pic des émissions globales de gaz à effet de serre ? Comment les limiter d'ici à 2050 à ce que la planète peut absorber ? Pour être leader mondial de l'efficacité énergétique, Schneider Electric investit chaque année 5 % de son chiffre d'affaires en recherche et développement. Nous cherchons aussi à rester proches de la société et des jeunes entreprises innovantes. Le groupe est un acteur de référence du fonds d'investissement Aster Capital. Nous venons également de créer Energy Access ventures, un fond pour l'électrification de l'Afrique.

Cela suffira-t-il ?

GVD : La France a la culture des grands plans industriels plutôt que la responsabilisation des individus. Mais la transition énergétique ne se fera pas sans modification des comportements. Cela soulève la question de l'exemplarité des acteurs publics. Ils possèdent, par exemple, la moitié des bâtiments tertiaires français. Il leur revient d'être une force d'entraînement pour la filière de l'efficacité énergétique. L'engagement des entreprises est aussi important. Quand de grandes enseignes, comme Ikea ou Carrefour, s'engagent dans des logiques de neutralité carbone, cela marque les esprits. Et quand Schneider Electric demande à ses 2 000 principaux fournisseurs de s'évaluer selon la norme Iso 26000 – en trois ans, 60 % l'ont fait –, c'est la preuve que les acteurs économiques comprennent les enjeux. Un déclic a eu lieu.

Propos recueillis par Thomas Blossville et Albane Canto

Des technologies en embuscade

L'invention de la lampe à huile



La start-up Ledex, installée à Chambly (Oise), a conçu une ampoule à leds immergées dans une huile de synthèse recyclable, sans entrée d'air. Par effet de loupe, celle-ci permet d'atteindre

une luminosité de 22 000 à 25 000 lumens au lieu de 10 000 pour une ampoule à leds classique. « D'autres fabricants utilisent aussi une loupe, explique François Mirabelli, l'inventeur. Mais ils n'avaient pas pensé à l'huile, qui offre l'avantage de refroidir l'ensemble. » Cet effet est complété, à partir de 50 °C, par un ventilateur. Deux fois plus chère à l'achat que les leds classiques, cette ampoule au culot courant (E40) s'adapte aux lampadaires existants et la durée de vie annoncée est de quatorze ans. ●

> ledexfrance@gmail.com

Des chaudières deux fois plus économes

Encore des économies d'énergie dans les chaudières ? « Oui, en fusionnant deux techniques qui sont aujourd'hui matures », explique Luc Jacquet, cofondateur et président de la société Boostheat. À première vue, associer une chaudière et une

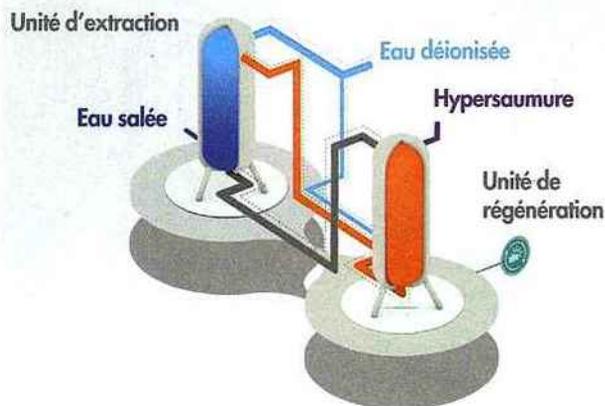
pompe à chaleur (PAC) n'est pas très innovant. « Mais les solutions existantes sont hybrides : la chaleur est produite alternativement par la chaudière ou la PAC, en fonction de paramètres techniques (température) ou économiques (prix de l'électricité). Dans notre système, la chaleur de la chaudière est utilisée pour comprimer le fluide frigorigène de la PAC », précise Luc Jacquet. BoostHeat a noué un partenariat avec British Gas pour tester les performances de sa chaudière cet hiver – le rendement attendu est de 175 %. Et un autre, avec GrDF, pour allier sa technologie et une pompe à chaleur au CO₂ pour les chaudières à condensation du

distributeur de gaz. L'association de ces technologies devrait permettre de diviser par deux la consommation de gaz naturel par rapport aux installations actuelles. La commercialisation devrait intervenir d'ici à 2018. ●

> www.boostheat.com/rd.php

Le dessalement fait sa révolution

Après cinq ans de R&D, la société Adionics a achevé la mise au point de sa technologie de désalinisation, Aquaomnes, qui extrait directement les sels de l'eau à traiter. Comparativement à l'osmose inverse, qui produit un concentrat encore très riche en eau, cette technique d'absorption liquide-liquide va capter les sels grâce à un solvant de synthèse hydrophobe. Baptisé Flionex, il est conçu en fonction des sels à extraire. « La formulation est très sélective et nous ciblons le chlorure de sodium, les sulfates et même le lithium ou l'argent », précise Guillaume de Souza,



président fondateur d'Adionics. Plus l'eau est chargée, plus le projet est rentable. Aquaomnes consomme 1 kWh/m³ contre 3 kWh/m³ pour la technologie membranaire. En partenariat avec Degrémont, une unité pilote a été installée pendant l'été à Abou Dhabi pour traiter un concentrat issu d'une membrane de dessalement et pour réduire de 50 % le volume d'eau saumâtre. ●

> guillaume.desouza@adionics.com

Le plus grand centre de stockage d'énergie éolienne en France

ERDF, Saft et Schneider Electric ont inauguré en juin une solution de stockage d'électricité de grande capacité, sur le site de Ventea dans l'Aube. Il s'agit de



la batterie Intensionium Max de Saft, d'une puissance de 2 MW, pouvant restituer 1,3 MWh, associée à l'Energy Storage Box de Schneider Electric. Cet ensemble permet de gérer les échanges avec le réseau électrique en tenant compte des prévisions de production et de consommation du lendemain. ●

> www.ventea.fr



Un module Orchid en cogénération à Montpellier



La société Enertime a été retenue par la Société d'équipement de la région montpelliéraine (SERM) pour installer son module Orchid. Celui-ci exploite la technologie du cycle orga-

nique de Rankine (ORC) dans l'écoquartier de Port-Marianne, à Montpellier, où il est connecté à une chaudière à biomasse de 5,5 MW. Cette technologie permet de transformer une source de chaleur à basse ou moyenne température, ici de l'eau à 200 °C, en électricité. « Le module installé à Montpellier fonctionne en cogénération : il produit 500 kW d'électricité et 5 MW d'eau chaude à 90 °C », explique Laurent Sanchez, chef de projet chez Enertime. Avec un rendement de 95 %. C'est une première commerciale pour l'entreprise qui va maintenant participer, avec STX, au projet de recherche européen LeanShips pour développer une solution de récupération de la chaleur pour les moteurs Diesel ou au gaz naturel des bateaux de croisière ou des ferrys. ●

> www.enertime.com/fr/machines-a-cycle-organique-de-rankine

Des panneaux publicitaires autonomes en énergie

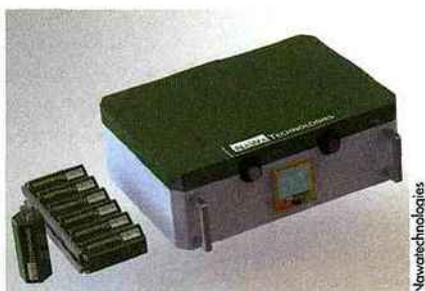


Le fournisseur de panneaux publicitaires Prismaflex a installé ses premiers panneaux autonomes en énergie au printemps, à Lyon et en Belgique. Ces derniers produisent leur propre électricité grâce à la technologie photovoltaïque transparente de Wysips. Des démonstrateurs ont permis de la valider sur des surfaces de 2 et 8 m². La surface photovoltaïque se trouve sur la face arrière du panneau et sur le dessus. La pose doit donc respecter une exposition à l'est, au sud ou à l'ouest, et éviter les zones peu ensoleillées. Des batteries NiMH assurent deux à trois jours d'autonomie. ●

> www.prismaflex.com

Le stockage devient ultrarapide

Mille fois plus rapide que les batteries au plomb. C'est la vitesse à laquelle se charge le dispositif de stockage d'électricité Nawacap mis au point par Nawatechnologies. Essaimée du CEA,



cette start-up a développé un nanomatériau de la même veine que les nanomatériaux carbonés, comme le graphène. Son originalité réside dans sa mise en forme qui permet d'orienter les nanostructures. Ainsi, les porteurs de charges y entrent très vite tout en évitant de se perdre. « L'énergie est stockée dans une liaison de surface, résume Pascal Boulanger, le fondateur de la société. Il n'y a pas de réaction chimique et donc pas de risque de dégazage ou d'explosion. » Mais il y a une contrepartie : l'électricité ne peut pas être stockée plus de trente minutes. D'où des applications ne nécessitant pas de batterie longue durée : les bus électriques à « biberonnage » de supercondensateurs, le secours d'installations sensibles telles que les hôpitaux, les centres de données, ou encore le lissage de la production d'énergie éolienne ou solaire. ●

> pascal.boulanger@nawatechnologies.com

Le coulis de glace s'industrialise

Axima Réfrigération commercialise sa technologie de production de froid par coulis de glace. « Nous avons développé un générateur de coulis d'une puissance de 150 kW à plusieurs mégawatts », explique Pascal Massard, directeur de la région Ouest chez Axima Réfrigération et chef de ce projet. Le coulis de glace est un fluide caloporteur diphasique, composé de particules de glace d'environ 40 micromètres et d'eau glycolée. En fonction de la concentration en monopropylène glycol, la température varie de -40 et -5 °C, au lieu de -8 à -4 °C pour l'eau glycolée seule. Et c'est là son principal avantage : il transporte jusqu'à quatre fois plus d'énergie. Par rapport à un procédé qui utilise des gaz fluorés, l'installation est cinq fois plus puissante, avec un débit quatre fois moins important. Du fait de sa capacité de stockage, ce système de production de froid pourrait également répondre aux besoins d'un marché de capacité d'effacement. Celui-ci vise à écrier les pointes de demandes en électricité, et donc éviter le démarrage des centrales électriques polluantes. ●



> www.aximaref.com



Une enseigne rétro-éclairée à l'énergie solaire

[AFFICHAGE AUTONOME]

Cet été a eu lieu l'installation de la première pré-enseigne rétro-éclairée 100% autonome, à Rousset (13) sur un site de production de ST Microelectronics.

La technologie utilisée, Blue Tech, a été développée par Prismaflex International. Bénéficiant de deux brevets et reposant sur un procédé breveté par Sun Partner, elle allie cellules photovoltaïques et impression d'un film optique. Elle est aujourd'hui opérationnelle et disponible à la commercialisation.

Cette pré-enseigne Blue Tech, en plus d'être rétro-éclairée, est aussi

"intelligente": elle propose un éclairage statique ou dynamique avec variation de l'intensité, ainsi que différentes programmations possibles. Cette première mise en

service d'une pré-enseigne rétro-éclairée fait suite à l'installation des premiers planimètres équipés de la technologie Blue Tech, à Lyon, au LOU Rugby, et en Belgique.

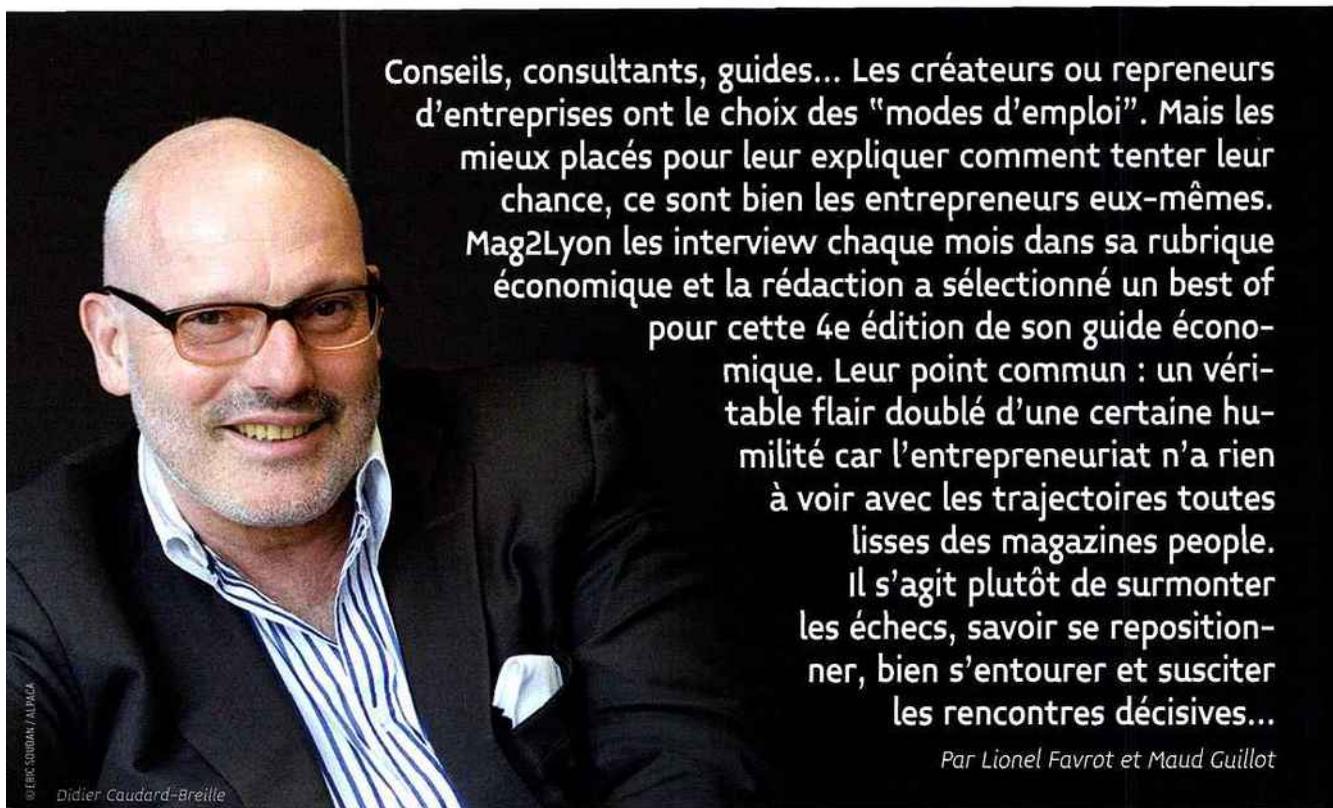
Prismaflex International est à la fois un fabricant industriel de panneaux d'affichage et un imprimeur numérique grand format. ■



VÉCU

ITINÉRAIRE

Sept patrons racontent leur



Conseils, consultants, guides... Les créateurs ou repreneurs d'entreprises ont le choix des "modes d'emploi". Mais les mieux placés pour leur expliquer comment tenter leur chance, ce sont bien les entrepreneurs eux-mêmes. Mag2Lyon les interview chaque mois dans sa rubrique économique et la rédaction a sélectionné un best of pour cette 4e édition de son guide économique. Leur point commun : un véritable flair doublé d'une certaine humilité car l'entrepreneuriat n'a rien à voir avec les trajectoires toutes lisses des magazines people. Il s'agit plutôt de surmonter les échecs, savoir se repositionner, bien s'entourer et susciter les rencontres décisives...

Par Lionel Favrot et Maud Guillot

DCB "Comprendre le marché et saisir les opportunités"

Didier Caudard-Breille a placé DCB International à la 8e place des promoteurs spécialisés en immobilier d'entreprise avec 43 142 m² placés. Juste derrière les majors du secteur.

"DCB a vécu un développement effréné depuis sa création il y a 15 ans, tout particulièrement ces quatre dernières années où on est passé de la 17e place à la 8e place. Mais on n'aurait pas réussi si la Métropole lyonnaise n'était pas dynamique. On a beau être bon et faire beaucoup d'efforts, on n'arrive à rien si l'environnement n'est pas favorable. Le marché lyonnais a créé ses promoteurs. Sogelym puis Cardinal, DCB, 6e Sens... Et ce serait une erreur d'expliquer aux jeunes créateurs d'entreprise que tout est prévisible. Quand on crée son entreprise, on ne peut pas tracer sa trajectoire avec des plans quinquennaux. Il faut comprendre le marché et savoir saisir les opportunités.

J'ai tout d'abord été agent immobilier. C'est là que j'ai pris goût à la vente et à la négociation. Puis je suis parti pour des missions à l'international en créant deux clones du Mipim, le marché international de l'immobilier de Cannes. Le premier à Singapour, pour viser l'Asie, et le second à Miami, pour les États-Unis. Puis, je suis revenu à Lyon et j'ai fondé DCB pour amener des investisseurs étrangers à Lyon. On a pu faire de belles opérations comme l'Atrium et le Villette Part-Dieu ou le VIP, vendu à un fond américain. J'ai aussi conseillé Casino pour ses implantations en Pologne.

"Avec Julien Rollet, le directeur général de DCB, on est tous les deux issus de la commercialisation immobilière. On a le même sens de l'écoute. C'est sans doute ce qui fait notre spécificité car le monde de la promotion me paraît excessivement technique."



parcours

Chez DCB, on essaye de créer une histoire autour d'un projet. Exemple: le Soleil Levant à Champagne-au-Mont-d'Or, un ensemble japonisant avec un jardin zen devant le bâtiment central et des parties en eau au pied des façades. Le défi, c'est de conserver la qualité architecturale car si on veut construire des bâtiments bien isolés et économes en énergie, le plus facile est de faire des "boîtes". On a enchaîné des opérations à l'extérieur jusqu'à un premier concours gagné en 2007 pour le Times Square au Confluent, loué à la SCNF. On est alors passé du statut de promoteur de la périphérie à celui de promoteur de ville.

Avec Julien Rollet, le directeur général de DCB, on est tous les deux issus du monde de la commercialisation immobilière. Je pense qu'on ressent assez bien le souhait des utilisateurs car on a le même sens de l'écoute qu'à l'époque où l'on devait trouver un emplacement idéal pour l'activité d'un client. C'est sans doute ce qui fait notre spécificité car le monde de la promotion immobilière me paraît excessivement technique. Mais je me garderais bien de prétendre qu'on est plus intelligent ou meilleur que nos confrères.

DCB s'est spécialisé dans des opérations pour des grands comptes comme Alstom ou le siège national d'Adesso. Nous répondons présents pour résoudre une forme d'anxiété immobilière. Il faut lancer un nouveau projet et déplacer des centaines de salariés. C'est lourd de conséquences pour les entreprises. De plus, les bureaux d'aujourd'hui, ce ne sont plus les bureaux d'il y a cinq ans. Il faut répondre aussi bien sur l'aspect architectural que sur l'aménagement intérieur. Aujourd'hui, je pense que DCB atteint un palier. Une forme de maturité. On s'intéresse à d'autres activités. Exemple avec le site logistique de Calais, 160 ha, relié par voie ferrée au terminal d'Eurotunnel et au port de Calais. On est aussi un des principaux actionnaires de Cargobeamer France créé avec cette société allemande spécialisée dans le ferroutage. Parce qu'on sait qu'on doit s'intéresser à la manière dont sont transportés les containers et voir comment on peut le faire autrement que par la route. On a pris des participations dans Néolife, une société lyonnaise qui propose un revêtement durable à partir de bois. Si on fait tout cela, c'est qu'on a l'impression d'avancer dans le bon sens par rapport aux préoccupations de notre époque."

Source : entretiens dans les Mag2Lyon 33 et 66



© ERIC SOBANI / ALPICA
Jérôme Salord

SANTEVET

"S'internationaliser pour mutualiser notre savoir-faire"

Leader français de l'assurance pour chiens et chats, Santevet va se développer dans quatre pays européens. Son fondateur, Jérôme Salord, est aussi à l'origine d'un festival: Baroque et plus.

"L'idée de départ, c'est de permettre aux propriétaires de chiens et chats, mais aussi de nouveaux animaux de compagnie comme les furets, de leur prodiguer les soins nécessaires à leur santé. Aujourd'hui, ils font partie de la famille. On peut trouver cela normal ou considérer que c'est une déviance sociétale. Mais c'est un fait. Et le jour où il faut dépenser plusieurs centaines d'euros chez son vétérinaire, cela grève le budget familial. Cette offre n'existait plus sur le marché. En fait, des grands groupes s'étaient lancés mais ils perdaient de l'argent car ils ne pouvaient pas suivre ces offres avec suffisamment de précision. Mais l'exemple d'autres pays montre qu'il y a un potentiel. Notamment la Suède où 80 % des chiens et chats sont assurés mais aussi la Grande-Bretagne avec 30 % d'assurés.

On a tout d'abord lancé un travail de fond pour informer les vétérinaires qui craignaient qu'on leur impose des tarifs. On s'est donc engagé à leur laisser toute liberté. Exemple: les médicaments génériques ne sont pas obligatoires. On a aussi inventé les feuilles de soins vétérinaires pour disposer d'un véritable compte-rendu de visite. Aujourd'hui, cinq collaborateurs continuent de tourner en permanence dans les cabinets vétérinaires pour les sensibiliser. On leur remet aussi une SanteVetBox qu'ils peuvent remettre à leurs clients avec une offre avantageuse. Et on est présent à tous leurs salons. Nous sommes également très actifs sur internet.

"L'arrivée de concurrents va accélérer la progression du marché en contribuant à l'information du public. Aujourd'hui, on progresse de 20 à 24 % par an mais on souffre de la solitude du coureur de fonds."



Mais on a dû réajuster notre offre au bout de quatre ans car ce n'était pas non plus équilibré. On était resté trop proche des offres passées. L'assurance fonctionne grâce à la mutualisation du risque. Il faut donc bien l'évaluer pour ne pas rembourser plus qu'on reçoit. On s'est aperçu que certaines races de chiens étaient beaucoup plus souvent malades que d'autres. La solution, c'était donc de varier les prix d'une race à l'autre. Au fond comme les assurances automobiles tarifées selon les modèles et les puissances. Pour les chats, c'est plus simple. Les chats de races sont relativement fragiles mais il y en a très peu en France et les chats de gouttières sont plus résistants. Pour se développer, on a continué à ajuster nos offres. Par exemple avec Catindoor pour les chats qui ne sortent pas. On sait que des concurrents vont revenir sur ce marché mais je suis persuadé que cela va accélérer la progression du marché en contribuant à l'information du public. On progresse de 20 à 24 % par an mais on souffre de la solitude du coureur de fonds.

"Certains trouvent que je consacre trop de temps aux autres. C'est très français de vouloir tout garder pour soi. Quand des collaborateurs sont venus me proposer des projets, j'ai trouvé génial que ces "intrapreneurs" deviennent eux-mêmes entrepreneurs."

Aujourd'hui, on se lance en Belgique avant de se développer dans quatre autres pays européens: Hollande, Espagne, Italie et Allemagne. La situation est très diverse d'un pays à l'autre. Dans les pays du sud et en Allemagne, le taux d'assuré est marginal. En Belgique, le marché s'était développé mais il s'est effondré parce que les vétérinaires ont triché. Ils ont pris les clients assurés pour des vaches à lait. Mais ils l'ont reconnu. On a donc travaillé avec eux avant de se lancer avec la signature d'une charte de bonne conduite. L'intérêt de ce développement international, c'est de mutualiser le savoir-faire de notre centre lyonnais qui regroupe aujourd'hui 100 collaborateurs.

Mais j'ai aussi pris une initiative liée à ma passion pour la musique baroque qui a apporté un souffle de liberté après la Renaissance. Le festival Baroque et Plus l'associe au Jazz et à d'autres disciplines comme la littérature, le théâtre ou la danse. Cette année 2015, on fait venir à Lyon en juin la Tour Vagabonde, un théâtre itinérant en bois de 300 places construit par des Suisses sur le modèle élisabethain, comme à l'époque de Shakespeare."

Source : entretien dans Mag2Lyon N°61



AXELEO

La vague collaborative

Figure lyonnaise du numérique, cofondateur et coprésident de Visiativ qu'il a introduit en bourse, mais aussi président du Medef du Rhône, Laurent Fiard a créé son propre incubateur, Axeleo, pour accompagner ses collaborateurs devenus entrepreneurs.

"J'ai toujours voulu me mettre à mon compte et j'en ai eu l'opportunité en 1997 quand j'ai pu reprendre avec Christian Donzel, mon associé, l'entreprise où j'avais débuté. C'était la filiale grenobloise d'un partenaire important de Hewlett Packard. J'ai repéré aux Etats-Unis Solidworks, le logiciel de conception 3D de Dassault Systèmes et nous avons fait de Visiativ le leader français de son intégration dans les entreprises. On a alors décidé de proposer à nos clients d'intégrer cet outil dans une véritable plateforme collaborative pour leur donner accès à différentes applications: gestion documentaire, process management, e-commerce... Notre ambition : proposer 80 % des fonctions pour 20 % du prix avec des solutions prêtes à l'emploi. Devenu lui-même éditeur de logiciels, Visiativ a doublé son chiffre d'affaires de 2008 à 2013. En fait, la révolution numérique c'est cinq piliers : le cloud, c'est-à-dire l'hébergement des applications, la mobilité, les réseaux sociaux, le big data et maintenant les objets connectés. Pour Babolat, par exemple, on fournit l'ensemble du catalogue en ligne pour gérer le réassort. Exemple : si Nadal gagne Roland Garros, son équipement doit être disponible chez tous ses distributeurs.

On travaille aussi sur les bâtiments intelligents avec iPorta, une filiale du promoteur Icade, pour mettre des services collaboratifs à disposition des habitants d'un immeuble. Réservation d'une voiture électrique, d'une place en crèche, compteurs intelligents pour voir sa consommation en temps réel... Ces portails collaboratifs permettent de transformer le business model des promoteurs immobiliers car le m2 intelligent peut se vendre plus cher que le m2 non intelligent. Trois fonds d'investissement sont entrés au capital de Visiativ. L'introduction en bourse a également permis de lever des fonds et d'avoir une nouvelle visibilité. Visiativ a réalisé un chiffre d'affaires de 49,7 millions d'euros en 2014 avec 330 collaborateurs pour 9500 clients.

On a aussi créé notre propre incubateur, Axeleo, car des collaborateurs de Visiativ sont venus me proposer des projets et j'ai trouvé génial que ces "intrapreneurs" deviennent entrepreneurs. Les neuf jeunes entreprises accueillies ont réalisé 3 millions d'euros de chiffres d'affaires en 2014 et créé 45 emplois. Axeleo vient d'être sélectionné pour recevoir 2,3 millions d'euros du nouveau plan d'action French Tech du Programme d'investissement d'avenir de l'État.

Le cœur de la transformation numérique des entreprises c'est l'économie collaborative et les réseaux sociaux. C'est ma vision. Et on n'est qu'au début de la vague."

Source : entretien dans Mag2Lyon N° 57

NAVYA INDUCT
"Capitaliser sur l'expérience acquise"

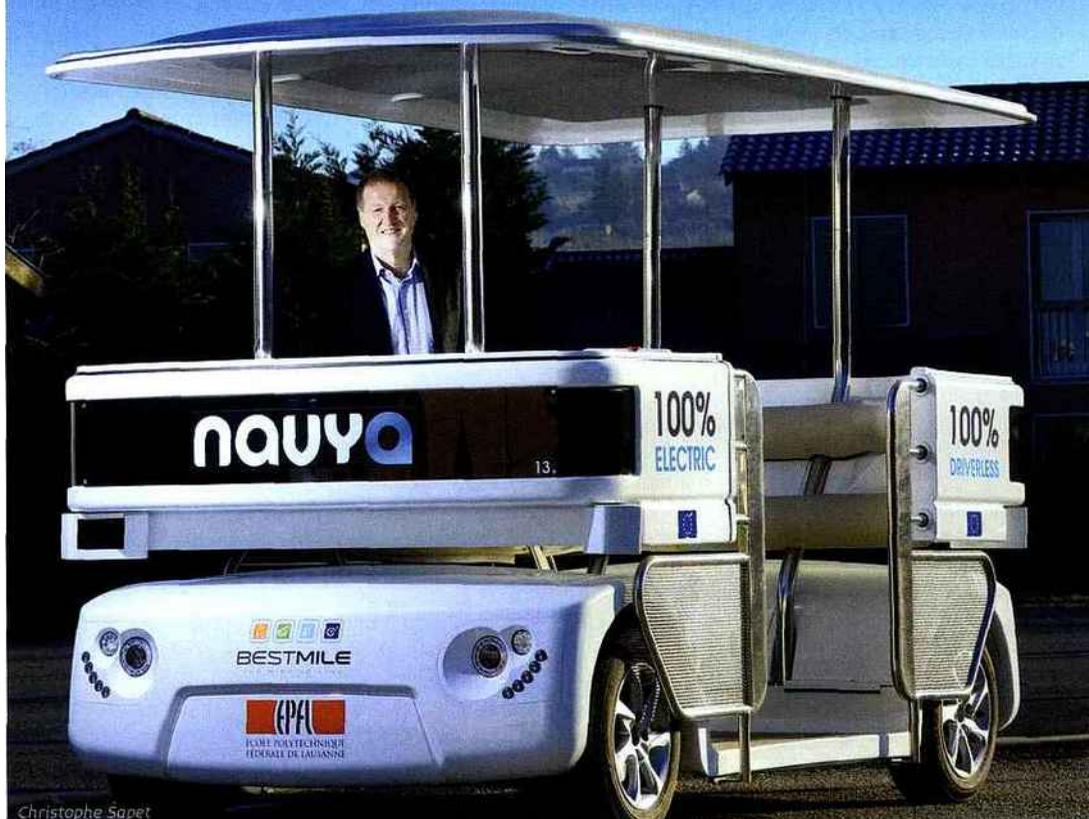
Cofondateur d'Infogrames, Christophe Sapet a repris un vignoble du mâconnais avant de se lancer dans une nouvelle aventure, le véhicule autonome, en reprenant le projet Navya.

"Dès septembre 2013, Bruno Bonnell souhaitait investir dans la société Induct qui produisait ce véhicule autonome. J'ai été voir ses dirigeants mais les comptes de cette entreprise se sont avérés très dégradés. D'ailleurs, un mois et demi plus tard, elle était placée en liquidation judiciaire. On a pu faire une offre de reprise des actifs qui a été retenue. Du coup, cela a été la première acquisition de Robolution, le fond de Bruno Bonnell qui a investi 1 million d'euros au départ. C'était un pari car l'activité avait été arrêtée, les salariés licenciés... Mais il nous a semblé intéressant de capitaliser sur l'expérience acquise. Tout ce qui permet à ce véhicule de rouler seul après une reconnaissance préalable de son parcours, est déjà bien au point. En effet, ses concepteurs ont choisi dès le départ la fusion multicapteurs. C'est-à-dire que son architecture logiciel permet de combiner des informations venant aussi bien de lidars, ces radar-laser, de GPS ou de systèmes de stéréovision avec caméra. Navya a déjà acquis cinq ans d'expérience dans cette mutualisation des informations alors que certains concurrents viennent seulement aujourd'hui à cette technologie. C'est l'avenir. D'ailleurs, on associera bientôt d'autres types de capteurs comme des ultrasons sophistiqués.

Aujourd'hui, trois personnes assurent les tests. Ils seront bientôt le double pour atteindre une trentaine de collaborateurs fin 2015. Et on sait qu'il faudra procéder à de nouvelles levées de fonds de 5 puis 10 millions d'euros aux prochaines étapes de développement. En effet, notre projet est de concevoir une nouvelle version, fermée et un peu plus grande pour augmenter le nombre de passagers transportés mais aussi pour leur permettre d'être assis alors qu'ils étaient pour une partie debout dans le premier Navya. En cas de freinage d'urgence, c'est plus sécurisant. D'autant que la nouvelle version pourra atteindre les 45 km/h. On va aussi prévoir des versions dérivées pour le transport d'objets. On va s'appuyer sur les compétences des nombreux sous-traitants de la région Rhône-Alpes qui travaillent déjà pour les constructeurs automobiles. On va faire beaucoup de "carry-over", c'est-à-dire s'appuyer sur des solutions techniques existantes et éprouvées pour les suspensions, le freinage... Ces sous-traitants nous aideront aussi à concevoir un véhicule dont la production peut être facilement industrialisée. Pour notre part, on souhaite se concentrer sur la Recherche et Développement, en particulier pour la robotisation. La réglementation routière actuelle ne permet pas à des véhicules autonomes de rouler sur des voies ouvertes à la circulation. Ce sera donc forcément des sites fermés : campus universitaires, hôpitaux, aéroports, grandes usines, sites touristiques, parcs d'attractions..."

Source : entretien dans Mag2Lyon N° 64

"On va s'appuyer sur les compétences des nombreux sous-traitants de la région lyonnaise qui travaillent déjà pour les constructeurs automobiles. Cela nous est très utile car notre intention n'est pas de tout réinventer mais de nous concentrer sur la robotisation."



Christophe Sapet

© ENES SODINNY / APECA



De gauche à droite, Nathalie Bassouls, Jean-Philippe Delmotte et Pierre-Henri Bassouls

Qu'est-ce qui a permis à Prismaflex de traverser les crises économiques fatales à beaucoup de PME?

"L'export et l'innovation", tranche Pierre-Henri Bassouls, fondateur et pdg, qui précise: "Les débuts difficiles c'est plutôt bien. Cela permet de garder la tête froide en cas de coup dur. On n'a jamais été dépensier."

PRISMAFLEX "Export et innovation"

Simple projet d'étudiants au départ, Prismaflex est aujourd'hui une entreprise leader de l'affichage et cotée en bourse, car Pierre-Henri Bassouls et ses associés ont su innover dans ce métier très traditionnel.

C'est en aidant son grand-père à débâcher un semi-remorque que Pierre-Henri Bassouls invente un système de fermeture éclair permettant une manipulation plus aisée. Il suit à l'époque un MBA, option création d'entreprise, à l'EM de Lyon après avoir décroché son diplôme d'ingénieur en génie mécanique à l'Insa. Le projet emballe ses tuteurs et il lève à l'époque l'équivalent de 274 000 euros auprès d'un groupe de capital-risqueur lyonnais. Mais c'est un flop. Le système ne résiste pas aux manipulations des chauffeurs routiers qui ne cherchent pas cette facilité. Quant à leurs patrons, ils priorisent le volume de chargement et la consommation des camions. Pierre-Henri Bassouls en tire rapidement les leçons. "On a eu tort de se focaliser sur un seul produit et une seule application." Il étudie alors un autre produit: les bâches de piscine avec un système de rail à enrouleur. Mais c'est une rencontre fortuite qui lance son aventure entrepreneuriale. Son système de fermeture éclair paraît pratique au directeur des services marketing de Décathlon pour changer tous les 15 jours les banderoles de sa centaine de magasins. Après un premier test, ce client accepte en plus de payer 90 % d'acompte, ce qui sauve la jeune entreprise à la trésorerie exsangue. Ce succès se confirme lors des salons professionnels, les contrats s'enchaînent... Très vite, le marché export

se développe car la réglementation est moins stricte qu'en France dans de nombreux pays. Espagne, Allemagne, Angleterre, Pologne... Et plus récemment la Russie avec l'ouverture d'une nouvelle filiale à Saint-Petersbourg. Mais sa réussite, Prismaflex le doit aussi à ses innovations: caissons lumineux pour un affichage rétroéclairé, cadres mobiles et, en test depuis deux ans, les panneaux BlueTech autonomes grâce à l'énergie solaire. Ils se rechargent le jour et s'éclairent la nuit. Le premier panneau a été installé à Lyon fin 2014 au stade du LOU Rugby et le second à Liège, en Belgique, en février 2015. L'une des spécialités de Prismaflex, ce sont aussi les impressions monumentales. Exemple: la couverture publicitaire de la restauration des façades de l'Opéra Garnier à Paris en partenariat avec Exterior Media, un client historique. Sans oublier une nouvelle diversification: sa branche décoration, Scenolia.

Prismaflex International qui a toujours son siège et ses sites de production dans la pépinière qui l'a accueillie à ses débuts, à Saint-Clément-les-Places, en pleine campagne, emploie aujourd'hui 300 collaborateurs répartis dans 10 filiales à travers le monde pour 38 millions d'euros de chiffre d'affaires.

"Notre marché dépend directement de la bonne santé de l'économie. Il est donc très cyclique", précise Pierre-Henri Bassouls. D'où une première crise en 2001 et une seconde en 2008. Mais le trio de fondateurs, Nathalie, son épouse, et Jean-Philippe Delmotte, son associé est resté soudé. "Les débuts difficiles c'est plutôt bien. Cela permet de garder la tête froide en cas de coup dur. On n'a jamais été dépensier."

Source: portrait dans le Mag2Lyon N° 56



Karine Peyre de Fabrègues

© ERIC SORDANI / ALPACA

BLOUSE ET TABLIERS "J'exporte du textile français au Maghreb!"

Karine Peyre de Fabrègues, s'est spécialisée dans les blouses et les tabliers pour les élèves. Un marché de niche mais prometteur.

"J'ai fait l'Esmod, une école de stylisme, avant de travailler plusieurs années pour des compagnies de théâtre, comme costumière. Je me suis ensuite associée avec une ancienne élève de l'Esmod, Sabrina, pour créer une marque de prêt-à-porter de luxe, "Rue des papillons". En 2006, la directrice des Chartreux nous a contactées. Elle voulait remettre la blouse au goût du jour dans son établissement, mais avec un côté moderne et sympa. Au départ, ce n'était pas forcément mon truc! Mais on s'est dit que c'était un joli défi. De plus, rapidement, d'autres écoles nous ont appelées. L'idée était de créer une nouvelle blouse à chaque fois, un vêtement qui marque l'identité d'une école. Petit à petit, je me suis consacrée à cette activité. Mes blouses sont fabriquées en France, et essentiellement dans la région, dans la Loire. Je suis très attachée à cette production française. Mes clients, ce sont les établissements privés évidemment. Pour les écoles publiques, il faudrait que les mairies soient philosophiquement convaincues et qu'en plus, elles paient! J'ai aujourd'hui une quinzaine d'établissements, qui vont de la maternelle jusqu'au collège, à Lyon, mais pas seulement. J'ai par exemple un collège de filles à Carpentras, pour lequel j'ai créé une sorte de petite robe sympa, des établissements à Paris, dans le Sud-ouest... Je travaille même pour une école en Algérie. J'exporte donc du textile français au Maghreb! Ce qui me permet au total de réaliser un chiffre d'affaires inférieur à 100000 euros. Blouses et tabliers est une TPE! Je suis clairement sur un marché de niche. Mais le débat autour de l'uniforme à l'école revient chaque année, les mentalités changent. J'envisage d'intégrer un atelier de production d'ici un an. Ce serait une étape importante. Mais rien n'est encore tranché. En revanche, je me diversifie dans le vêtement de travail. J'ai fait les gilets du Planétarium de Lyon, des tabliers de chefs... J'essaie aussi de travailler avec l'étranger. L'Angleterre est évidemment hors de portée. Mais en Italie, beaucoup d'écoles imposent la blouse. Je reçois donc déjà des commandes particulières de mamans par l'intermédiaire de mon site. Il y a des choses à faire de ce côté-là, comme en Suisse et en Belgique."

Source : entretien dans le Mag2Lyon N° 65

"Blouses et tabliers est une TPE! Je suis clairement sur un marché de niche. Mais le débat autour de l'uniforme à l'école revient chaque année, les mentalités changent. J'envisage d'intégrer un atelier de production d'ici un an. Ce serait une étape importante. Mais rien n'est encore tranché. En revanche, je me diversifie dans le vêtement de travail."

FMI

"Je ne pouvais pas abandonner l'entreprise de mon mari"

Après le décès brutal de son mari, Laetitia Colas a décidé de reprendre les rênes de FMI, la PME informatique dont il était dirigeant.

"J'ai une formation supérieure en ressources humaines. J'ai d'abord travaillé dans le transport de marchandises puis dans le transport de personnes, chez Philibert. De son côté, mon mari Jean-Baptiste était rentré il y a 20 ans chez FMI comme directeur commercial. Il avait gravi les échelons de cette petite société familiale et en était devenu dirigeant. C'était vraiment son projet personnel. En 2011, il est tombé gravement malade. On a commencé à parler sérieusement de l'entreprise et très clairement j'ai compris qu'il ne voulait pas rester sur de l'inachevé avec FMI. C'était quelqu'un de très visionnaire, il a commencé à structurer l'entreprise, me faire rencontrer les équipes... Jean-Baptiste est décédé en septembre 2013. Deux choix se sont offerts à moi, sachant que je devenais actionnaire majoritaire à 98 %. Soit vendre l'entreprise parce que je suis éloignée du secteur d'activité, soit continuer, la faire progresser et la développer. En fait ça s'est imposé à moi, il n'y a pas eu de choix. J'ai très vite décidé de continuer cette belle aventure initiée par Jean-Baptiste. Je me suis demandé si j'avais les compétences pour y arriver parce que c'était très éloigné de mon domaine d'activité. Mais après tout si j'étais capable de piloter une entreprise ailleurs je pouvais aussi le faire ici. Et puis, je ne pouvais pas abandonner l'entreprise de mon mari. C'était son bébé, il avait tellement donné à cette entreprise! Aujourd'hui, l'idée de Jean-Baptiste de doter FMI de son propre Data Center s'est concrétisée. Notre entreprise vient de s'implanter dans de nouveaux locaux à Saint-Priest. Je ne vous dis pas que c'est facile tous les jours. Je ne suis pas une surfemme, une superwoman ou quoi que ce soit. Je fais juste du mieux que je peux."

Source : portrait dans le Mag2Lyon N° 60 ■



Laetitia Colas

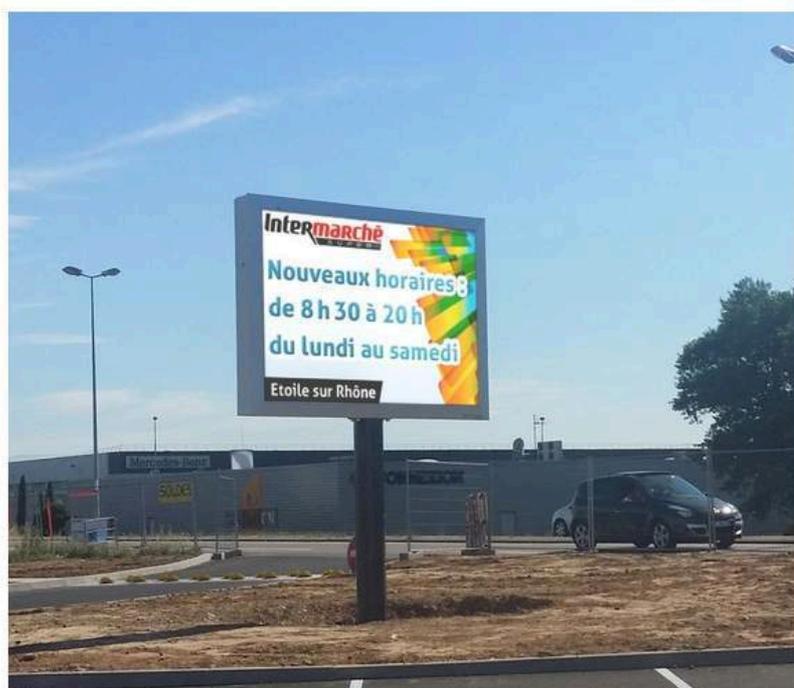
© ERIC SORDANI / ALPACA



Un affichage vraiment dynamique

nov. 19, 2015

Prismaflex fait évoluer son offre LED PrismaTronic en initiant un partenariat avec la société **AllSan**. Le principal intérêt de cette collaboration est de proposer une solution complète d'affichage dynamique (intérieur, extérieur et à distance) à partir d'un seul logiciel de création et d'un seul système de contrôle des écrans. Une première installation de cette solution a vu le jour à Etoile, dans la Drôme, sur le site de l'enseigne Intermarché au travers un panneau LED de 6 m². La solution Allsan complète l'offre de Prismaflex en créant une synergie avec les outils de communication interne déjà en place et l'installation à l'Intermarché d'Étoile en est un bon exemple. Ce site dispose en effet de 29 écrans dont un totem (à l'intérieur) et un panneau LED de 6 m² sur le parking. C'est le fait de pouvoir gérer l'ensemble de ces écrans de taille et de résolution différentes via un seul outil qui a plu à cet Intermarché : il lui suffit de créer un message depuis le logiciel et de sélectionner le ou les écrans sur lesquels il sera diffusé, intérieur comme extérieur.



ooh-tv.fr

Pays : France

Dynamisme : 6



Page 1/1

[Visualiser l'article](#)

France : Partenariat Hardware-Software entre Prismaflex et l'éditeur AllSan



Prismaflex annonce la conclusion d'un partenariat avec AllSan, l'éditeur d'une suite logicielle d'affichage dynamique.

Le groupe français pourra ainsi proposer une solution complète d'affichage digital, mariant ses panneaux LED à une plateforme software dédiée (diffusion multiplateforme, gestion et création de contenu et suivi du bon fonctionnement des écrans).

Un premier écran (6m²) bénéficiant de ce rapprochement a été installé sur le parking d'Intermarché Étoile-sur-Rhône (26). D'autres projets sont déjà en cours concernant des grandes surfaces mais également des municipalités.



Média	www.signal-etiq.com
Type de média	Presse internet professionnelle
Date de parution	Jeudi 19 novembre 2015
Titre	Prismaflex s'allie avec Allsan
Journaliste	Irène Lopez

Prismaflex s'allie avec Allsan

Prismaflex fait évoluer son offre LED PrismaTronic en initiant un partenariat avec la société AllSan, entreprise créée en juillet 2013 qui propose une suite logicielle appelée Sanbox. Le but : proposer une solution complète d'affichage dynamique (intérieur, extérieur et à distance) à partir d'un seul logiciel de création et d'un seul système de contrôle des écrans. Une première installation de cette solution a vu le jour à Etoile, dans la Drôme, sur le site de l'enseigne Intermarché qui dispose de 29 écrans dont un totem à l'intérieur et un panneau LED Prismaflex de 6 m² sur le parking. On crée un message depuis le logiciel et on sélectionne le ou les écrans sur lesquels on souhaite le diffuser, intérieur et extérieur. Magique ! Plus d'infos sur www.prismaflex.com





» Allemagne : Ströer choisit Prismaflex pour ses premiers écrans LED roadside



Début novembre, Ströer a confié à [Prismaflex](#) la fourniture et l'installation de ses premiers écrans roadside en Allemagne (voir notre autre billet de ce jour ici).

Un total de six faces LED [Prismatronic](#) ont été installées dans les rues de Wuppertal. Elles reprennent une boucle de contenus – alternant publicité, actualités, informations locales, météo... – élaborée en collaboration avec le service communication de la ville.

Ces [panneaux](#) de 11m², au rapport 16/10, déclinent un pitch de 6mm. Fabriqués chez PrismaChina, la nouvelle usine du groupe, ils ont été intégrés et contrôlés en France.

D'autres écrans devraient être déployés d'ici quelques mois dans des villes plus importantes, notamment Cologne et Hambourg.

DIGITAL

DES ENTREPRISES QUI MONTENT QUI MONTENT

Charvet Digital Media (cf. page 17), Serfim, Prismaflex... autant de sociétés de l'agglomération lyonnaise qui s'imposent dans le digital avec succès.

Des bornes numériques informatives aux panneaux publicitaires

Présent depuis 30 ans dans l'univers des transports, SERFIM T.I.C. réalisait des bornes d'information voyageur pour les régies de transports et les aéroports. En 2008, à la faveur d'un important marché décroché par Publicis pour le métro parisien, l'entreprise a accompagné son client et ajouté une corde à son arc en réalisant pour lui des écrans digitaux publicitaires de marque SEREQUEC. « Connaissance des attentes des voyageurs, nécessaire étanchéité aux poussières métalliques, risques de dégradation liés au vandalisme, etc. l'environnement et les problématiques étaient globalement les mêmes et nous les maîtrisons. Seule changeait l'application finale des équipements », détaille Filipe de Almeida, directeur général adjoint. De la conception des écrans à leur assemblage en passant par le dessin du carrossage, sur les deux segments, SERFIM T.I.C. possède toute la chaîne des savoir-faire.



« Une forte part de l'affichage publicitaire est encore papier et déroulant. La marge de progression de la diffusion numérique est donc considérable, en France comme en Europe. Notre région concentre tous les acteurs clés : intégrateurs, dessinateurs et développeurs, et nous bénéficions d'un positionnement central favorable à la distribution. De quoi porter un regard positif sur l'avenir », anticipe Filipe de Almeida.

Des Monts du Lyonnais à la Chine

Priamaflex fondée il y a 27 ans par trois associés dont l'actuel PDG Pierre-Henry Bassouls est l'une des entreprises lyonnaises qui a réussi le développement le plus fort mais aussi le plus original. Implanté dans les Monts du Lyonnais, ce fabricant industriel de produits dédiés à la communication intérieure et extérieure ainsi qu'à l'affichage, s'est d'abord fait connaître via l'impression numérique grand format et roll to roll. Mais pionnière, l'entreprise a su prendre le tournant du digital. Aujourd'hui, elle compte parmi les acteurs majeurs qui accompagnent la mutation du métier vers le numérique. Fournisseur de solutions pour les afficheurs et les acteurs de la grande distribution, avec l'ouverture de sa propre usine de fabrication en Chine, Prismaflex est devenu en janvier 2015 le seul fabricant français de panneaux Leds.





VISCOM PARIS

LA COMMUNICATION VISCOM REPOUSSE LES LIMITES

S'adressant aux professionnels de la communication visuelle et des arts graphiques, la XXVII^e édition du salon Viscom a mis les produits d'impression numérique sous le feu des projecteurs. « *Nous sommes nombreux à adopter les nouvelles technologies mais il nous faut parfois du temps pour en exploiter tout le potentiel* », témoignait un visiteur, imprimeur francilien. Plus de 50 % de ses confrères interrogés dans l'étude commanditée par le Syndicat de l'impression numérique et des services graphiques se disent prêts à investir dans le digital en 2016. La majorité des répondants prévoit que d'ici à un an, la moitié de ses activités aura basculé. La motivation : les clients, de plus en plus demandeurs de livraison

en flux tendu. En tirant parti des technologies numériques grand format de nouvelle génération, les imprimeurs innoveront en outre, pour apporter une réelle valeur ajoutée dans les domaines de la signalétique, du textile ou du *wrap* (l'habillage). Autant d'applications

en croissance chez eux. En parallèle de l'univers du grand format, les contours se trouvent aussi redéfinis dans la catégorie des écrans numériques, pour amener le monde du marketing à repenser le mode de diffusion des messages des marques, pour la publicité, les points de vente ou les promotions. Sur Viscom, les exposants spécialisés dans ces solutions en visibilité (enseignes, identités visuelles, etc.) n'avaient qu'un mot à la bouche : LED. Le fabricant français Prismaflex a fait étalage de sa maîtrise des LED avec un panneau d'un pitch de seulement 1 mm. « *C'est parce qu'ils constituent un pont entre les mondes physique et virtuel, et qu'ils personnalisent de façon unique, l'impression numérique et les écrans de communication dynamique persuadent le public de consommer* », affirme Brune Jullien, patronne du Viscom. ■



OKI se renforce sur le grand format et cible l'imprimerie, la distribution.



PRISMAFLEX S'INTERNATIONALISE ENCORE

Prismaflex international est l'unique entreprise française à maîtriser, en Europe et en Chine, la chaîne de fabrication de panneaux LED. Concrètement, le groupe Prismaflex est aujourd'hui présent sur tous les continents au travers de 11 filiales.

Depuis 1 an, Prismaflex a réalisé de nouveaux partenariats internationaux qui lui permettent de maîtriser la chaîne Prismaflex dans son intégralité. Ainsi, elle a co-investi avec son partenaire chinois dans une unité de fabrication des modules LEDs à Shenzhen. D'une surface de 6 500 m², Prismachina a été inaugurée en janvier 2015.

Par ailleurs, afin de dynamiser ses ventes de LEDs sur le marché de l'affichage extérieur aux États-Unis, Prismaflex a créé une *joint venture* avec sa filiale américaine et la société Trans-lux.



LES HOMMES DE L'ANNÉE

PIERRE HENRI BASSOULS

Spécialisé dans l'impression grand format, Prismaflex installe une usine à Shenzhen. Son dirigeant Pierre Henri Bassouls co-investit 3,6 M€ dans une joint-venture et complète son dispositif français doté de trois sites de production à Haute-Rivoire. Les premières leds sortiront de la nouvelle unité Prismaflex Shenzhen courant mars. Une manière de rebondir après les déconvenues sur le marché russe pénalisé par la chute du rouble.





Agence PLUS2SENS

04 37 24 02 58

Catherine Berger-Chavant : catherine@plus2sens.com

Camille Martins : camille@plus2sens.com