**Date: 22/08/2016** Heure: 07:03:35

## lyonperspectives

www.lyonperspectives.com

Pays : France Dynamisme : 0



Page 1/1

Visualiser l'article

# L'emplacement stratégique de PrismaChina à Shenzhen est une véritable valeur ajoutée.

Vers une maîtrise complète de la chaîne Prismatronic

Située au cœur d'un écosystème entièrement dédié au <u>LED</u>, la filiale bénéficie d'un réseau de sous-traitance en phase avec les évolutions du secteur et à la pointe des dernières innovations qu'il s'agisse de lampes LED ou composants électroniques/mécaniques.

Parmi les plus belles réalisations de PrismaChina, la conversion de 50 déroulants de 9 m2 en <u>panneaux</u> <u>Prismatronic</u> LED p6 pour la ville de Cologne, en Allemagne.

Fort d'une collaboration fructueuse avec son partenaire chinois, <u>Prismaflex</u> International est en cours de finalisation d'une nouvelle génération de modules de très grands formats 400 mm x 400 mm étanches avec accès frontal en pitch de 20,16,10, 8 et 6 mm.

Après les produits outdoor, PrismaChina développe un savoir-faire de plus en plus pointu dans les produits indoor en très haute-définition avec des pitchs allant de 1.2 à 3.8 mm.

<u>Prismaflex</u> International est le seul fabricant de <u>panneaux</u> traditionnels analogiques qui ait réussi le pari de se lancer dans la production d'écrans LED.

Pour retrouver tous les produits LED et les solutions indoor de

<u>Prismaflex</u> International, rendez-vous sur le salon Viscom du 6 au 8 septembre 2016 – Paris Porte de Versailles – Pavillon 7.1

Stand F50

Tous droits réservés à l'éditeur \$\int\text{PRISMAFLEX 280174886}



Pays : France Périodicité : Mensuel





Date: SEPT 16 Page de l'article: p.31 Journaliste: G.P.

Page 1/1

#### 爴

## Actualité Les fournisseurs

SALON

## Viscom: le rendez-vous de la rentrée

◆ Cette exposition fait la part belle à l'impression en grand format.

l'occasion de son 28e anniversaire, le salon de la communication visuelle et de l'industrie graphique Viscom ouvre ses portes du 6 au 8 septembre, à la Porte de Versailles (Paris, XV<sup>e</sup>). Par rapport à la dernière édition, qui comptait 166 exposants, les dates du salon ont été avancées de 20 jours, ce qui renoue, à quelques jours près, avec le calendrier de l'édition 2014, qui avait connu une belle affluence. Et toujours avec un emplacement très pratique, l'organisateur Reed Expositions compte rassembler un large public (12 000 visiteurs en 2015) composé d'imprimeurs en grand format, de prescripteurs, d'annonceurs et de clients finaux.

#### Veille technologique

Avec un positionnement assez large au carrefour des métiers de l'industrie graphique et de la communication visuelle, le salon Viscom a pour ambition de réunir des acteurs de l'impression numérique, de l'enseigne, la signalétique, la personnalisation, l'affichage dynamique/LED, la sérigraphie, la découpe, la gravure et marquage, les matières premières, etc.



Plus de 12000 visiteurs attendus sur les trois journées.

De plus en plus nombreux à se diversifier et à compléter leur offre vers le grand format, les imprimeries traditionnelles trouveront des pistes de diversification avec des matériels qui sortent de l'ordinaire, comme les machines de découpe laser de Trotec.

Cette édition 2016 est aussi l'occasion pour les absents des salons Drupa ou Fespa de découvrir quelques-unes des dernières évolutions qui auront marqué l'année 2016. Parmi le matériel annoncé à l'heure où nous imprimons, citons deux imprimantes de 3,2 m de laize, la HP Latex 1500 et la Mimaki UJV55-320, qui se distinguent par l'encre employée (UV ou Latex). Sont également attendues les imprimantes de Fujifilm, les systèmes d'impression-découpe de Roland DG ou les dernières tables à plat de SwissQprint.

On notera aussi la présence de plusieurs distributeurs spécialisés dans le grand format, comme la société ID Numérique, les fabricants ou les distributeurs de bâches, de films et de supports (Hexis, <u>Prismaflex</u>, etc.), les fabricants de tables de découpe (Grafitroniks-Zünd, Mécanuméric) ou de flux (Caldera). Deux acteurs du Web-to-print (Exaprint ou encore Flyeralarm) tenteront également de séduire les visiteurs.

#### Des espaces thématiques

Comme chaque année, Viscom Paris met, à travers sa zone de démonstration Imag'In, une thématique qui sera, cette année, dédiée au Live, c'est-à-dire à l'expérientiel, à l'interactivité et à l'échange, et en musique avec un DJ animant pour la première fois la zone durant les trois jours.

Est également à découvrir un espace dédié à l'exposition des lauréats du concours des Creative Awards by Saxoprint portant sur le thème de la protection des océans.

Enfin, les organisateurs ont choisi de reconduire le village enseigne et signalétique, en partenariat avec le Synafel (Syndicat national de l'enseigne et de la signalétique), qui, en marge du salon, organise la soirée Icona d'Or, qui se tiendra au pavillon Dauphine, à Paris, ce 7 septembre. « Les lauréats récompensés lors de la soirée de remise des prix seront révélés aux exposants et visiteurs du salon le dernier jour », précise Brune Jullien, directrice du salon Viscom Paris. G. P.







Date: SEPT 16

Page de l'article : p.78-80 Journaliste : Jacqueline Galante

Page 1/3

# Marché L'enquête

# L'art de la signalétique

La signalétique fait dorénavant la part belle à la créativité, conjuguant avec succès information et communication.



L'imprimeur accompagne et guide son client vers le meilleur matériau en fonction du support

a signalétique répond à des missions précises. Informer d'abord, de façon distincte, claire, lisible et accessible à tous. Orienter ensuite, de manière efficace et fonctionnelle, de telle sorte qu'elle garantisse à l'usager ou au visiteur de se rendre d'un point Aà un point B. Et, enfin, communiquer des valeurs, un message ou un état d'esprit propre à une marque. Ces fonctions variées expliquent que l'on rencontre des éléments de signalétique tout au long de la journée, comme autant de repères disposés dans l'espace urbain, les lieux publics ou commerciaux, les bâtiments publics, les entreprises et même sur les flottes de véhicules! Pour David Chanrion, responsable du pôle communication chez Megamark, un imprimeur installé à Montreuil (93), « les supports de l'entreprise répondent à un enjeu stratégique: bâtiment, point de vente, bangar, vébicule sont autant de points de contact qui deviennent des supports de visibilité de la marque ». Destinés à investir des espaces très variés, les projets de signalétique adoptent des formes tout aussi diverses. Totems, plaques, lettres, banderoles, panneaux, mais aussi tissus imprimés, adhésifs, marquage de véhicules et désormais affichage digital, le marché de la signalétique se porte bien, selon AC Franchise (http://ac-franchise.com), avec une croissance annuelle de 5 à 20 %.

### Un élément de décoration à part entière

L'époque où les éléments de signalétique se contentaient d'une fonction informative et directionnelle est révolue. La signalétique se veut désormais créative et originale. Chez ATC Groupe, spécialiste de la signalétique multisupport installé en région lyonnaise, on parle de « design signalétique » qui participe à la beauté d'un lieu ou au confort du cadre de travail. Il s'agit de « transmettre une information tout en l'intégrant parfaitement à son environnement, en lui donnant une esthétique lui permettant même de devenir un objet de mise en valeur du lieu ». La dimension visuelle et artistique prend une importance accrue dans le domaine particulier de la muséographie. S'il s'agit toujours d'informer le visiteur et de le

#### Des films adhésifs toujours plus innovants

pepuis fin mai, cinq rames aux couleurs du château de Versailles circulent sur la ligne C du RER parisien, pour la plus grande joie des Franciliens et des touristes. Une immersion en trompe-l'œil rendue pos-

sible grâce à l'utilisation conjointe de deux films innovants. Le film 3M Controltac 180 Comply offre une bonne conformabilité et s'adapte parfaitement à la structure



Doc. RE Maxime

des rames, le film de protection Scotchgard 8991, apportant la protection contre les graffitis, les rayures et les UV. MACtac, autre fabricant de supports adhésifs, propose lui aussi des produits innovants et créatifs, à l'image de ses adhésifs avec effets matières ou perlés pour le covering, du film adhésif Olfactive, qui capture, fixe et neutralise les odeurs, ou encore du film Glass Movie, qui transforme les surfaces vitrées en écrans de projection.

Enquête: Jacqueline Galante

Date: SEPT 16

dont le média digital.

Page de l'article : p.78-80 Journaliste: Jacqueline Galante



Page 2/3

#### La signalétique offre de bonnes perspectives aux imprimeurs numériques

La communication et la signalétique représentent

du chiffre d'affaires des transformateurs

des transformateurs interrogés considèrent que le média digital a ou aura dans les cinq ans qui viennent un impact positif sur le marché de l'impression numérique.

Taux de croissance annuel moyen de 2007 à 2015:

+ 9 % pour les entreprises du secteur de l'impression

+ 7% pour les entreprises du secteur du grand format numérique

L'imprimeur numérique dédié à la signalétique doit, de plus en plus, combiner un grand nombre de supports,

guider dans le parcours imaginé par l'organisateur ou le scénographe, la signalétique d'exposition participe tout autant à la mise en valeur de l'événement et des œuvres exposées. Marianne Auboin, responsable marketing chez Exhibit Group, société implantée en région parisienne et dans le sud de la France, connaît bien le marché de la signalétique culturelle : «Les scénographes aiment utiliser des matériaux nobles afin de valoriser leurs expositions. » Il n'est plus rare de trouver chez l'imprimeur de signalétique des équipes dédiées à la création visuelle qui collaborent intimement avec le donneur d'ordre sur la conception graphique. C'est le cas chez ATC Groupe, où la direction artistique est désormais intégrée au bureau d'étude, de façon à « mettre en images les attentes du client ».

Lorsque les projets événementiels font intervenir des agences de communication et de création visuelle, l'implication graphique de l'imprimeur demeure. Chez Megamark, on parle de « créativité technique ». Agence et imprimeur se complètent dans l'intérêt du client et du projet. Pour David Chanrion, «l'imprimeur n'a pas vocation à concevoir des marques, mais à apporter de la créativité technique pour garantir une bonne mise en œuvre et la qualité du rendu». Car qu'il s'agisse d'habiller une voiture, un échafaudage ou les couloirs d'une grande entreprise, la signalétique véhicule l'image de la marque ou de l'entreprise qui s'expose. Les faux pas techniques et l'à-peu-près sont donc proscrits. «Les grandes entreprises ont depuis longtemps déjà intégré la notion d'image de la marque dans leur signalétique. Pour celles qui n'ont pas encore cette démarche, par manque de temps ou parce qu'elles n'ont pas une culture graphique très forte, nous sommes force de proposition pour créer une signalétique qui reflète leur bistoire et leurs valeurs. Notre rôle est aussi d'accompagner le client ou l'agence sur ce qu'il est possible de faire », confirme David Chanrion.

On retrouve la même volonté d'accompagnement et de conseil chez Exhibit Group. «Notre métier est d'accompagner nos clients en amont et en aval de leurs projets, détaille Marianne Auboin. Nos chargés de clientèle sont là pour réaliser les repérages, les préconisations techniques des bons matériaux et des structures nécessaires à la pose des décors. Les dossiers de signalétique culturelle sont souvent organisés en plusieurs phases. Nous réceptionnons les fichiers au compte-gouttes et nos graphistes effectuent un travail de contrôle fondamental dans ce type de projets. » Responsable de la production, l'imprimeur doit faire rimer créativité et faisabilité.

#### Des matières toujours plus créatives

Plus encore que dans le visuel, c'est souvent dans le choix des matériaux et de la finition que s'ex-

prime l'esthétisme de la signalétique. Le transformateur ne joue plus seulement un rôle d'imprimeur irréprochable, il accompagne et guide son client vers le meilleur matériau en fonction du support et de la durabilité souhaitée. Le tout dans

les limites de son budget! Christine Milhaud, Creative Engagement Manager chez Megamark (lire notre encadré) explique que «les clients sont très friands des nouvelles matières. Les agences visuelles n'ont pas toujours la connaissance que nous avons, nous professionnels, de l'impression, des matériaux. Notre rôle consiste à les accompagner dans leur démarche d'innovation ».

Cette expertise technique prend un relief particulier quand un projet comporte des éléments de signalétique variés qui font appel à des procédés



A Pantin, la rétrospective consacrée à l'équipementier automobile Marchal a été confiée au scénographe Jean-Paul Haure. Pour la signalétique de l'exposition, Exhibit Group a réalisé un ensemble de 39 tableaux imprimés sur Jet Tex et assortis d'un voile fin en sublimation (1 000 x 250 cm).



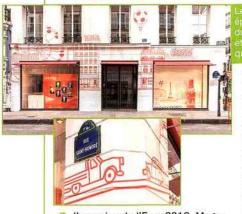
Date: SEPT 16

Page de l'article : p.78-80 Journaliste: Jacqueline Galante

圓

Page 3/3

#### L'exemple: une communication hors les murs aux couleurs de Coca-Cola



l'occasion de l'Euro 2016, Megamark a relevé un défi singulier: tatouer les murs extérieurs de la boutique Colette à Paris aux couleurs de la marque Coca-Cola. Il ne s'agissait pas, ici, d'une signalétique traditionnelle réalisée à l'intérieur de la boutique et sur la vitrine, mais bien d'une volonté

d'aller hors les murs, de porter le travail de l'illustrateur Martzone sur la façade. De l'y incruster pour ainsi dire! Restait à trouver la matière capable d'épouser les moindres détails de l'édifice. Interrogée par l'agence de communication événementielle Blackrainbow, la société Megamark a apporté son expertise, depuis l'étude préalable jusqu'à la pose, en passant bien sûr par le choix du support adhésif et l'impression. Christine Milhaud revient sur la genèse de ce projet et sa mise en œuvre: «Nous avons été force de proposition pour le choix de la matière. Nous savions par nos producteurs qu'il existait des matières qui suivent exactement la déformation du support - un mur en pierre, du bois, etc. Et nous devions

aussi apporter des garanties importantes de durabilité. » L'opération événementielle était en effet prévue sur un mois, en extérieur, et imposait une parfaite tenue du support et des couleurs. Sans compter l'assurance d'une dépose sans détérioration de la façade. Une fois la recommandation technique validée, Megamark a procédé à l'impression des 300 m² d'adhésif selon un schéma précis: «Pour respecter l'œuvre de l'artiste, nous avons travaillé le support presque comme du tissu, en anticipant la production lé à lé pour coller au dessin imaginé par Martzone.» La pose, réalisée dans des conditions climatiques difficiles par les équipes de Megamark, a exigé beaucoup de minutie. Une opération réussie qui avait tout d'un pari. «Le choix de la mise en œuvre de cette matière était risqué, mais la signalétique événementielle permet ce genre de défi. De se dire "vous voyez, c'est possible!".»

d'impression et des matériaux différents. En signalétique culturelle, par exemple, une même exposition utilisera une toile Jet Tex (Dickson) pour les photographies en raison de son aspect mat qui élimine les reflets, du vinyle plastifié antidérapant au sol pour guider le visiteur, une bâche en extérieur, des panneaux sur alu Dibond, etc. Autant de supports qui nécessitent une expertise technique et des machines spécifiques.

Marianne Auboin connaît bien les contraintes liées à ces projets de signalétique protéiformes : « Nous devons régulièrement mélanger des supports textiles imprimés en sublimation, du type voile fin ou maille polyester, et des textiles mats à encoller sur les cimaises ou des murs tendus avec des profilés du type clipso. Pour les supports rigides, nous fabriquons cartels et panneaux explicatifs sur du bois, de l'aluminium, des supports couleur alu brossé, etc. Nous disposons également d'une machine capable de faire du vernis sélectif mettant significativement en valeur les panneaux d'exposition. » En signalétique d'entreprise, le choix et la variété des matières jouent également un rôle essentiel. Car pour décliner en cohérence une même identité visuelle décorative et directionnelle, il faut parfois jouer avec les supports et les matières, de façon à s'adapter à des architectures de lieux différentes. Megamark a ainsi récemment conçu et réalisé la signalétique décorative du groupe Fedex, avec comme objectif de décliner la charte « Life-Style » de l'entreprise. Il s'agissait d'apporter, sur l'ensemble des sites de l'opérateur de transport, la même convivialité aux espaces de travail.

Megamark a finalement opté pour l'utilisation de tissus imprimés en sublimation, une solution technique à même de s'adapter aux différentes typologies de bâtiments de Fedex.

#### Vers la signalétique digitale

Les panneaux d'affichage numérique investissent peu à peu la signalétique, à peine freinés par leur prix élevé et la complexité de leur mise en œuvre. Ce segment progressant et complétant de façon pertinente la signalétique imprimée traditionnelle. Prismaflex, à la fois fabricant d'enseignes et imprimeur grand format (lire l'interview avec Natalie Bassouls), propose des panneaux d'affichage dynamique basés sur la technologie LED. Celle-ci offre des qualités parfaitement adaptées aux espaces commerciaux : une bonne luminosité alliée à une faible consommation électrique. Au sein des entreprises, les écrans font également leur apparition dans les couloirs, délivrant des informations personnalisées, mises à jour très rapidement. Les avancées technologiques incessantes du numérique ouvrent de nouveaux terrains d'expression aux créatifs. Ainsi, le musée Grévin à Paris esquisse déjà ce que pourrait être la signalétique du futur : discrète et affichée à la demande grâce à la réalité virtuelle. Aux supports habituels et aux écrans statiques, le temple des statues en cire ajoute des infos distillées sur les smartphones des visiteurs tout au long de leur parcours, et qui viennent se plaquer sur les scènes bien réelles du musée. Un nouveau défi à relever pour nos spécialistes de la signalétique!

Signalétique: le véhicule de l'image de la marque ou de l'entreprise qui s'expose



Caractère
L'année
technologique



Date: SEPT 16 Page de l'article: p.82

- Page 1/1

## Marché

#### Linterview

**Natalie Bassouls,** cofondatrice et responsable marketing de <u>Prismaflex</u> International



la fois imprimeur numérique grand format et fabricant industriel de panneaux d'affichage, Prismaflex, dont le siège social est basé à Haute-Rivoire (69), emploie 300 collaborateurs répartis dans onze filiales à travers le monde, dont une usine récemment ouverte en Chine. En juin dernier, l'entreprise signait une réalisation très remarquée: un trompe-l'œil monumental installé sur la Pyramide du Louvre. Une œuvre de 550 m² commandée par l'artiste JR et imprimée en numérique par Prismaflex sur adhésif plein Media Print Impression Airflow 85.

# 66 Proposer de nouvelles techniques d'impression

On ne recouvre pas la façade de la Pyramide du Louvre par hasard. Quels sont les atouts de Prismaflex sur le marché de la signalétique décorative et événementielle? Imprimeur numérique depuis 25 ans, le groupe Prismaflex consacre depuis toujours beaucoup de temps et de moyens à l'innovation. C'est ainsi que nous pouvons proposer en permanence de nouveaux produits et de nouvelles techniques d'impression ou de confection, comme le Graph'it, une matière exclusive type velcro, ou le papier peint panoramique. Notre grande capacité d'impression et un parc de machines varié permettent en outre au groupe de se positionner sur tous les types de marchés: unitaire, de série, événementiel. Enfin, par sa présence sur le marché de l'affichage extérieur, Prismaflex est en mesure de proposer des produits finis, incluant la partie «cadres» à l'impression. Nous sommes l'un des rares acteurs sur le marché de la signalétique décorative ayant cette capacité.

La signalétique ne souhaite plus seulement être informative et efficace, elle aspire à toujours plus de créativité et d'originalité. De quelle manière Prismaflex accompagne-t-elle ses clients dans leur quête d'innovation? Fort d'une double compétence d'imprimeur numérique grand format et de fabricant de panneaux publicitaires, Prismaflex est l'interlocuteur privilégié des clients en quête d'originalité dans le choix des produits. Le groupe dispose d'un important service technique, allant du prépresse à la R&D matières, en passant par un pôle dédié à l'installation. Le département déco du groupe, Scénolia, créé il y a dix ans, pousse très loin la créativité, que ce soit au niveau du travail sur l'image qu'au niveau des systèmes de pose des impressions.

#### L'affichage grand format se digitalise. La signalétique d'implantation et décorative peut-elle à son tour se convertir au LED?

Non seulement elle le peut, mais cette transition a déjà commencé! Prismaflex a pris le virage du numérique depuis déjà cinq ans. D'abord sur le marché de l'affichage extérieur, avec la fabrication – dans ses propres usines en Chine – de panneaux LED, puis sur le marché de la signalétique avec des panneaux LED destinés à l'intérieur des bâtiments. Les possibilités offertes par ces technologies sont infinies. La qualité ne cesse de progresser, au point que les produits LED tendent à remplacer les écrans LCD, limités en taille et en luminosité. Et, toujours grâce à notre double compétence, nous proposons aujourd'hui des mix écrans LED/ impressions numériques, qui ouvrent encore plus de possibilités à la créativité!

Tous droits réservés à l'éditeur



Média	www.lejournaldesentreprises.com
-------	---------------------------------

Type de média

Presse internet éco régionale

Date de parution

9 septembre 2016

Titre

Prismaflex. Virage éclairé (et rentable) sur les panneaux digitaux LED

Textile JDE Edition Rhone-Alpes

#### Prismaflex. Virage éclairé (et rentable) sur les panneaux digitaux LED

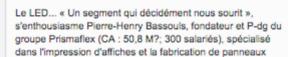
Recommander Partager ( 0 Y Tweeter





A

L'ENJEU. Pari chinois réussi pour le fabricant rhodanien de panneaux publicitaires. Un an après la création d'une joint-venture à Shenzhen, dédiée à la production d'éclairages LED, Prismaflex explose son CA sur ce segment. Et cherche à développer de nouveaux marchés à l'export.





W. J

publicitaires. Pour preuve : l'activité digitale (panneaux LED) - que développe Prismaflex depuis seulement 6 ans - représente désormais 13 % de son CA consolidé, soit 6M?, Un record. Part qui devrait se renforcer sur l'exercice 2016 à la faveur d'une récente commande de 2,5 M? portant sur la digitalisation d'une quarantaine de panneaux à Cologne (Allemagne). « Nous avons pris ce virage de la LED à la fois par opportunité et par nécessité. Une chose est sûre : sans ce changement stratégique, nous serions sans doute très mal aujourd'hui », reconnaît le dirigeant. Un tournant qui a poussé cet ingénieur en mécanique à créer en 2015 une Joint Venture dédiée à Shenzhen - « la Silicon Valley de la LED », dit-il - avec Stone Shi, son ancien prestataire sur place. Une JV baptisée Prismaflex China. « Nous sommes minoritaires à hauteur de 34 % mais devrions monter au capital prochainement alors que nous avons amené depuis la création de Prismaflex China une part importante du business, de l'ordre de 60 % du CA ». Les 40 % restants étant générés par Transtech, structure indépendante de Prismaflex, dirigée par Stone Shi. « Ce changement stratégique sur la LED nous a par ailleurs amenés à devoir maîtriser des compétences nouvelles. Nous avons des recrutements, notamment celui d'un ingénieur pékinois spécialisé sur le digital », précise le P-dg de Prismaflex.

#### Norme CEM

La rapide montée en puissance de Prismaflex China - qui a nécessité à sa création 4 M? d'investissement, principalement dans l'appareil de production - permet à Pierre-Henry Bassouls de s'afficher comme, dixit, « le seul industriel français du panneau LED ». « Tous nos concurrents sur ce segment sont de simples distributeurs. Nous nous différencions en produisant à distance nos propres panneaux LED, tout en préservant nos compétences françaises ». De fait, l'ensemble de ces panneaux sont assemblés sur les sites rhodaniens de Prismaflex à Saint-Clément-les Places et Haute-Rivoire (plus de 13.000 m² au total) et respectent la norme UE de compatibilité électromagnétique CEM. « C'est un avantage compétitif de premier ordre » estime le chef d'entreprise, qui prédit, pour les années à venir, une explosion des panneaux digitaux LED. « Ces écrans peuvent remplacer avantageusement les panneaux analogiques classiques avec une qualité visuelle très au point. Contrôlés à distance, ils permettent par ailleurs de détecter immédiatement toute défaillance d'affichage, »

#### Nouvelle gamme économique

La stratégie à moyen terme de Prismaflex, dont l'essentiel du CA est toujours généré par ses activités liés à l'impression ? Booster au maximum le LED sur deux axes distincts, « Celui de l'affichage digital à l'attention des grandes régies publicitaires «. Et dans le même temps, celui du retail, avec la digitalisation des points de vente. « Nous venons ainsi d'équiper notre deuxième magsin Décathlon en France, à la Madeleine (Paris) de 4 écrans digitaux. Un contrat de 120 k? », détaille Pierre-Henry Bassouls. Dans le même temps, le groupe - qui dispose de filiales en Allemagne, Russie, Angleterre, Espagne, Afrique du Sud et USA - cherche à conquérir de nouveaux marchés à l'export (75 % de son CA global), « Nous avons lancé une gamme LED plus économique qui se prête bien aux marchés en voie de développement, en particulier l'Afrique du Nord et la Russie », zone qui reste toutefois "déprimée" selon les derniers résultats trimestriels (T1 2016) du Groupe. Et l'entreprise de chercher également à renforcer son empreinte commerciale en Allemagne où elle a fait son entrée par une opération de croissance externe il y a 5 ans en rachetant 59 % de Distec.

(Saint-Clément-les-Places) P-dg: Pierre-Henry Bassouls 300 salariés CA 2015: 50,8 M? www.prismaflex.com





Média	Le journal des entreprises
Type de média	Presse économie régionale
Date de parution	9 septembre 2016
Titre	Prismaflex.Virage éclairé (et rentable) sur les panneaux digitaux LED

RHÔNE & AIN - INDUSTRIE

SEPTEMBRE 2016

• LA STRATÉGIE

### Prismaflex. Virage éclairé (et rentable) sur les panneaux digitaux LED

· L'ENJEU. Pari chinois réussi pour le fabricant rhodanien de panneaux publicitaires. Un an après la création d'une joint-venture à Shenzhen, dédiée à la production d'éclairages LED, Prismaflex explose son CA sur ce segment. Et cherche à développer de nouveaux marchés à l'export.

e LED... « Un segment qui décidément nous sourit ». S'enthousiasme Pierre-Henry Bassouls, fondateur et P-dg du groupe Prismaftex (CA : 50,8 ME; 300 satariés), spécialisé dans l'imprassion d'affiches et la fabrication de pannaux publicitaires. Pour preuve : l'acritication de pannaux publicitaires. Pour preuve : l'acritication de pannaux publicitaires. Pour preuve : l'acritication de pannaux de l'acritication de l'acrit cansolidé, soit 6MC. Un 40 % restants étant jeuer nous arions sans doute très mal aujour forcer sur l'exercice 2016 à la pandante de Prismaflex, dirigitatisation d'un quarament stratégique, nous sarions sans doute très mal aujour d'un experiment de particular de parti



tion des grandes régies publicitaires «. Et dans le même temps, celui du retail, avec la digitalisation des points de vente. « Nous venons ainsi d'ajupen notre deuxième magsin Décathlon en France, à la Madeleine [Paris] de 4 écrans digitaux. Un contrat de 120 kč », défaille Pierre-Henry Bassouls.

digitaux. Un contrat de 120 kC », détaille Pierre-Henry Bassouls. Dans le même temps, le groupe - qui disposs de filiales en Allermagne, Russie, Angle-terre. Espagne, Afrique du Süd et USA - cherche à conquérir de nouveaux marchés à l'export (75 % de son CA global). «Nous avons lancé une gamme LED plus économique qui se prête bien aux marchés en voie de développement, en particulier l'Afrique du Nord et la Russie », zone qui reste tou-lectois "déprimés salon les derniers résultats trimestriols [T1 2016] du Groupe. Et l'antreprise de chercher égatement à renforcer son empreinte commerciale en Allemagne où elle a fait son entrée par une opération de croissance externe II y a 5 ans en archetant 59 % de Distec.

Pierre Tiessen

(Saint-Clément-les-Places) P-dg: Pierre-Henry 300 salariés CA 2015 : 50,8 M€







Date: SEPT 16 Page de l'article: p.18

Page 1/1

# Chine **Pari réussi pour <u>Prismaflex</u>**

Début 2015, Prismaflex
International ouvre sa premiere filiale
sur le continent asiatique avec
Prisma China et investit, avec son
partenaire chinois, dans une unite de
fabrication de modules LED a
Shenzhen en Chine L'objectif pour
l'entreprise française conforter sa
position de fabricant LED et
completer son outil industriel
europeen Plus d'un an apres, le
bilan est positif, chiffres a l'appui La
vente de panneaux LED, dont tous les
modules ont ete produits en Chine,



represente environ 6 millions d'euros, soit 13 % des ventes du groupe Prismaflex International et pres de 27 % des ventes de panneaux – tous types confondus Fort de cette collaboration fructueuse, Prismaflex est en cours de finalisation d'une nouvelle generation de modules de très grand format 400 mm x 400 mm etanches avec acces frontal en pitch de 20, 16, 10, 8 et 6 mm Apres l'outdoor, Prisma China developpe un savoir-faire de plus en plus pointu dans les produits

indoor en tres haute definition, avec des pitchs allant de 1,2 a 3,8 mm

Tous droits réservés à l'éditeur 

PRISMAFLEX 1001019400507



le montage.

Pays : France Périodicité : Quotidien Correspondance de la Publicité
Quadre differente de la Publicité
Quadre differente de la constante de plus describe

portion de la constante del la constante de la constante del l



Date: 29 SEPT 16 Page de l'article: p.17

Page 1/1

3

♦ JCDecaux Advertising / Nuit Blanche: A l'occasion de la quinzième Nuit Blanche parisienne, dont le thème est un "voyage initiatique" autour de l'amour, M. Pierre DELAVIE transforme la façade de la Conciergerie. A cette occasion, JCDecaux Artvertising, notamment spécialisé dans la mise en scène de toiles évènementielles, s'associe à ce projet porté par la Fondation Loo & Lou. Une toile de 1 230 m² sera posée dans la nuit du 30 septembre au 1<sup>er</sup> octobre sur la façade de la Conciergerie et restera en place une semaine. JCDecaux Artvertising pilote ce projet, réalisé avec l'implication de Prismaflex pour l'impression de la toile, Magnum pour l'éclairage et Aplomb pour



Média	www.formatxxl.fr
Type de média	Presse internet spécialisée
Date de parution	28 septembre 2016
Titre	Nuit Blanche: l'amour déborde!



#### Nuit Blanche : l'amour déborde !

sep. 28, 2016

A l'occasion de la 15° Nuit Blanche parisienne dont le thème est un « voyage initiatique » autour de l'amour, Pierre Delavie transformera la façade de la Conciergerie. JCDecaux Artvertising, dont l'expertise et le savoir-faire dans la mise en scène de toiles évènementielles fait référence, est associé au projet du plasticien porté par la Fondation Loo & Lou. La toile de 1 230 m² sera posée dans la nuit du 30 septembre au 1er octobre sur la façade de la Conciergerie et restera en place une semaine. JCDecaux Artvertising pilote ce projet, réalisé avec l'implication de Prismaflex pour l'impression de la toile, Magnum pour l'éclairage et Aplomb pour le montage. « Ce thème de l'eau qui monte, qui déborde, me touche particulièrement car il superpose dans notre esprit, la crue de cet hiver, qui nous a tous marqués, et le dérèglement climatique qui nous attend. La référence à l'embarquement pour Cythère et à l'amour me paraissait... couler de source, et suggère une manière plus positive de voir les choses », détaille Pierre Delavie, le plasticien qualifié par les InRocks de spécialiste du « mensonge urbain ».







www.cbnews.fr Pays : France Dynamisme : 0 **Date : 28/09/2016** Heure : 22:12:10

Journaliste: Thierry Wojciak

Page 1/1

Visualiser l'article

#### JCDecaux Artvertising déploie une bâche géante pour la 15ème Nuit Blanche Parisienne



A l'occasion de la 15ème Nuit Blanche Parisienne qui se déroulera le 1er octobre, le plasticien Pierre Delavie transforme la façade de la Conciergerie sur l'Ile de la Cité pendant une semaine. Pour l'occasion, JCDecaux Artvertising s'associe au projet également porté par la Fondation Loo & Lou pour la mise en place d'une toile de 1 230 m². Le projet est également réalisé avec <u>Prismaflex</u> pour l'<u>impression</u> de la toile, Magnum pour l'éclairage et Aplomb pour le montage.

Tous droits réservés à l'éditeur PRISMAFLEX 282016551



**Date : 29/09/2016** Heure : 18:57:01

Journaliste: Faustine Loison

www.graphiline.com Pays : France Dynamisme : 0

≡≣

Page 1/1

Visualiser l'article

#### Une toile géante transforme la Conciergerie

Ce trompe-l'œil mesure 42 mètres de long.



Une toile imprimée de plus de 1 100m2 a été installée sur la façade de la Conciergerie sur l'île de la Cité à Paris. Imaginée par le plasticien Pierre Delavie et portée par la Fondation d'art contemporain Loo & Lou, cette bâche transforme le bâtiment en le plongeant dans l'eau grâce à un trompe-l'œil.

Cette œuvre, visible pendant une semaine, a été installée à l'occasion de la 15e Nuit blanche parisienne qui se déroule le samedi 1er octobre et qui propose gratuitement l'ouverture au public de musées et autres institutions culturelles.

JCDecaux Artvertising a confié à <u>Prismaflex</u>, spécialisé dans l'<u>affichage</u> extérieur grand format la réalisation de cette bâche. Le groupe a réalisé une impression UV sur une bâche polyester micro perforée (mesh). Ce trompe-l'œil est constitué de deux <u>toiles</u> assemblées de 42,5m x 9,45m et 42,5m x 16,80m.

Concernant la conception, Pierre Delavie explique sur le site de la fondation : "Ce thème de l'eau qui monte, qui déborde, me touche particulièrement car il superpose dans notre esprit, la crue de cet hiver qui nous a tous marqués et le dérèglement climatique qui nous attend. La référence à l'embarquement pour Cythère et à l'amour me paraissait...couler de source, et suggère une manière plus positive de voir les choses".

Tous droits réservés à l'éditeur (1) PRISMAFLEX 282075560



Média	www.offremedia.com
Type de média	Presse internet spécialisée
Date de parution	29 septembre 2016
Titre	JCDecaux Artvertising déploie une toile de 1 230m2 sur la façade de la Conciergerie à Paris

## JCDecaux Artvertising déploie une toile de 1 230m2 sur la façade de la Conciergerie à Paris







Pour la 15e Nuit Blanche Parisienne, JCDecaux Artvertising s'associe au projet de l'artiste Pierre Delavie porté par la Fondation Loo & Lou. Une toile de 1 230m2 sera posée dans la nuit du 30 septembre au 1er octobre, sur la façade de la Conciergerie et restera en place une semaine.

A la tête du projet, JCDecaux Artvertising a fait appel à Prismaflex pour l'impression de la toile, Magnum pour l'éclairage et Aplomb pour le montage.





Média	www.sonovision.com
Type de média	Presse internet spécialisée
Date de parution	30 septembre 2016
Titre	Nuit Blanche 2016 et installation évènementielle :
	l'amour déborde à la Conciergerie!

# Nuit Blanche 2016 et installation évènementielle: l'amour déborde à la Conciergerie!

CONTENU, CULTURE // vendredi, 30 septembre 2016 // Rédigé par Elsa Sepulveda



À l'occasion de la 15ème Nuit Blanche Parisienne (1er octobre), dont le thème est un « voyage initiatique » autour de l'amour, une toile de 1230 m² sera posée sur la façade de la Conciergerie. L'agence JCDecaux Artvertising pilote cette installation du plasticien Pierre Delavie, portée par la Fondation Loo & Lou. Le projet, réalisé avec l'implication de Prismaflex pour l'impression de la toile, Magnum pour l'éclairage et Aplomb pour le montage, restera en place une semaine.

Qualifié par notre confrère Les InRocks de spécialiste du « mensonge urbain », Pierre Delavie est l'inventeur d'une forme d'art « sérieusement joyeux ». Il a déjà « bousculé » la façade du Grand Palais à Paris avec un rapt architectural, détourné la Canebière pour une œuvre éponyme devenue emblématique de Marseille 2013, et ramolli un immeuble avenue George V à Paris.

L'artiste explique ainsi son nouveau projet : « Ce thème de l'eau qui monte, qui déborde, me touche particulièrement car il superpose dans notre esprit, la crue de cet hiver qui nous a tous marqués et le dérèglement climatique qui nous attend. La référence à l'embarquement pour Cythère et à l'amour me paraissait...couler de source, et suggère une manière plus positive de voir les choses »

« Nous sommes particulièrement fiers de participer d'une aussi belle manière à la 15e Nuit Blanche de Paris, commente pour sa part Isabelle Schlumberger, directeur générale Commerce et Développement de JCDecaux. Acteur de plus en plus engagé dans l'art urbain, JCDecaux s'attache avec passion à la promotion de la culture. Depuis sa création, le Groupe accompagne des artistes du monde entier, mettant ses espaces de communication à leur service. Il se positionne comme un partenaire privilégié des établissements publics et des monuments.»

Depuis 2013, La Fondation Loo & Lou présente chaque année des projets dans le cadre de Nuit Blanche à Paris. Elle soutient des artistes français et internationaux dans des projets d'installations monumentales imaginées pour cette nuit féérique dédiée à la création contemporaine. Pour cette édition 2016, la Fondation se dit particulièrement heureuse d'accompagner Pierre Delavie dans un événement inscrit au parcours officiel. « Il nous invite, à travers son œuvre, à réfléchir à notre futur commun dans un monde qui change.



## INDUSTRIE.com

**Date: 04/10/2016** Heure: 12:29:08

Journaliste: Rodolphe Pailliez

www.industrie.com Pays : France Dynamisme : 0

≡≣

Page 1/2

Visualiser l'article

#### Grand format : la Nuit Blanche de Prismaflex International -



La Conciergerie revue par Pierre

Delavie et Prismaflex International.

A l'occasion de la 15ème Nuit Blanche parisienne qui s'est déroulée dans la... nuit du samedi 1er au dimanche 2 octobre, le spécialiste de l'<u>impression</u> très grand format, <u>Prismaflex</u> International, a apporté sa contribution, visible encore quelques jours sur la façade de la Conciergerie.

Sur le thème du « voyage initiatique » autour de l'amour, l'édition 2016 de la Nuit Blanche parisienne a une fois de plus mis en valeur sous un angle inédit certains quartiers de la capitale avec notamment la mise en œuvre d'installations monumentales d'œuvres d'art.

C'est ainsi que la façade de la Conciergerie, sur l'Ile de la Cité, a été ornée d'une toile imaginée par le plasticien Pierre Delavie, habitué de ce genre d'opérations et de mises en scène.

Sollicité par JCDecaux Artvertising, le spécialiste de l'<u>impression</u> très grand format, <u>Prismaflex</u> International, a réalisé une œuvre gigantesque composée de deux toiles aux formats 42.500 x 9.450 mm et 42.500 x 16.800 mm, raccordées lors de l'installation pour n'en former qu'une seule!

Intitulée « Cote 15,28 : l'amour déborde », la création de Pierre Delavie d'une superficie de 1230 mètres carrés et dont le projet était soutenu par la Fondation Loo & Lou, a été posée au dernier moment, dans nuit du 30 septembre au 1er octobre.

#### **Prismaflex**

La création de Pierre Delavie, d'une superficie de 1230 m2, a été *imprimée sur* toile par Prismaflex International.

Tous droits réservés à l'éditeur \$\infty \text{PRISMAFLEX 282277973}\$

# INDUSTRIE.com

**Date : 04/10/2016** Heure : 12:29:08

Journaliste : Rodolphe Pailliez

www.industrie.com Pays : France Dynamisme : 0



Page 2/2

Visualiser l'article





Tous droits réservés à l'éditeur PRISMAFLEX 282277973



Pays : France

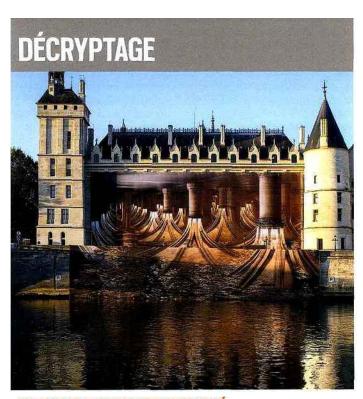
Périodicité : Hebdomadaire





Date: 12 OCT 16 Page de l'article: p.7

Page 1/1



**UN VISUEL DE LA TAILLE D'UN SUPERMARCHÉ.** Pour la Nuit Blanche parisienne (1<sup>er</sup> octobre), JCDecaux Artvertising a deploye une toile conçue par le plasticien Pierre Delavie avec le concours de <u>Prismaflex</u> (69) pour l'impression

Lœuvre de 1 230 m² deployee sur la façade de la Conciergerie et sur le parapet de la Seine se compose de deux toiles de 43 x 17 metres et de 43 x 9 5 metres Imprimees sur des bâches microperforees, sur une machine Fuji 5 metres UV les toiles sont un assemblage de laizes superposees et soudees

Il a fallu 12 h d'impression et 20 h de confection avec deux personnes en continu pour realiser ce travail

La creation qui a mobilise dix personnes pour l'emballage a ete posee par trois salariés de la société Aplomb (92) specialisee dans l'installation d'affichage grand format

Tous droits réservés à l'éditeur {} PRISMAFLEX 7842139400503