

L'art s'invite dans les lieux de vie

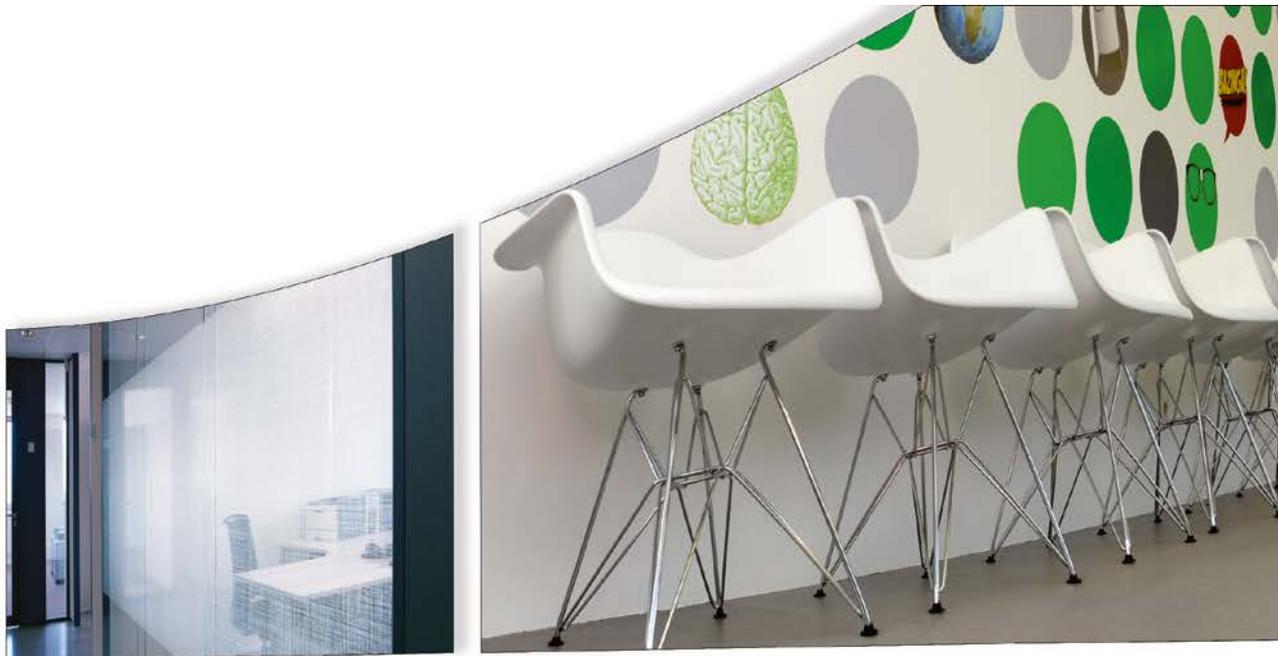


Habillage des façades de la Vallée Village en Wall Wrap

- > Les actus du réseau : informer, orienter, interpeller
- > L'habillage de votre flotte de véhicules
- > En immersion dans la Tecknicom® Academy

DOSSIER SPÉCIAL :
l'habillage événementiel





Spandex c'est...

Films de décoration et architecture d'intérieur

Spandex, fournisseur mondial dans l'industrie graphique, est fier de vous présenter sa nouvelle gamme de films architecturaux pour des applications de décoration d'intérieur.

Films de décoration pour vitres
 Films solaires
 3M™ DI-NOC™ revêtements décoratifs
 Textiles auto-adhésifs
 Papiers peints
 Films Floor and Street Graphics



Les Meilleures Marques
 pour Solutions Graphiques

Pour de plus amples informations, contactez nous au 01 69 35 24 51
 ou visitez notre site www.spandex.fr



Sommaire

LES ACTUALITÉS DU RÉSEAU

- La signalétique**
au service de la communication 4
- L'art contemporain**
s'invite dans les couloirs
du Drawing Hôtel 9
- Une communication**
en mouvement 10
- Quand le cinéma**
s'invite dans le métro 11

DOSSIER SPÉCIAL

- L'habillage événementiel :**
un véritable challenge 12

TECKNICOM® ACADEMY

- En immersion de 3 jours**
à la Technicom® Academy 20

HISTOIRE DE TECKNICOM®

- Les adhésifs 23

Photo couverture : La Vallée Village est mécène de la restauration de pièces issues des collections textiles des Arts Décoratifs. A cette occasion, Harpa a posé du textile adhésif Wall Wrap pour SunDesign, sur les façades du village de marques de Marne-la-Vallée.

Technicom® Magazine est un projet géré en interne par les salariés d'HARPA AFFICHAGE – Société du groupe IOC
139-141 rue Léon Geffroy
94400 Vitry-sur-Seine
01 45 73 69 00
technicom@harpa.fr
www.harpa-affichage.com
www.technicom.fr
www.ioc-communication.com
www.facebook.com/technicom.france/

Directeur de la Publication : Stéphane Barret

Rédactrice en chef : Jessica Locatelli

Contributeurs : Denis Astorg, Laurence Castanet, Camille Kauffmann, Stéphanie Lebouc, Céline Machenin, Elise Renaud, Lucile Thomas, Pierre Uzel

Maquettiste : Sandrine Beaulieu

Imprimé par Imprimerie Peau sur Cyclus Offset, papier 100% recyclé de fabrication française.



Stéphane **BARRET**
Directeur de développement et formateur Technicom®

Édito

Chaque entreprise, annonceur, marque, lieu, événement veut en mettre plein la vue et être unique. Et aujourd'hui, pour se démarquer et se faire remarquer, les solutions sont nombreuses ! En intérieur comme en extérieur, pour du long terme comme pour de l'éphémère, dans les lieux de vie comme dans les points de vente ou les locaux de sociétés : tout est personnalisable et réalisable sur-mesure, grâce aux techniques et savoir-faire des imprimeurs et professionnels de la pose.

En rajoutant une pointe d'innovation, le tour est joué : l'entreprise qui communique se distingue et améliore son image de marque.

Pour chacun des projets que nous gérons ou client que nous accompagnons, nous nous positionnons en tant que conseiller, facilitateur, source d'inspiration et créateur de solutions. Nous sommes au service de la mise en valeur de leur image !

Dans ce numéro, nous avons décidé de vous inspirer ! Vous découvrirez donc au fil des pages de ce magazine nos projets coups de cœur, la mise en avant de certaines de nos expertises, nos conseils, les tendances et innovations du moment... Et à coup sûr, votre imagination en sera stimulée.

Bonne lecture.

HARPA AFFICHAGE et TECKNICOM
font partie du groupe IOC



**SPÉCIALISTE DE LA
COMMUNICATION HORS DOMICILE**
In-store & Out-store

IOC-COMMUNICATION.COM



LA SIGNALÉTIQUE au service de la communication

Informé, orienter et renforcer la présence visuelle

Les usages sont nombreux, les formes variées et les supports abondants. Il y a tout d'abord la signalétique intérieure, qui sert principalement à guider, informer et faciliter le repérage et le déplacement. Puis la signalétique extérieure, plus foisonnante, qui a pour objectif de localiser quelque chose, indiquer son existence et l'identifier. L'impact visuel est important, car il faut être visible et se faire remarquer.

C'est incontournable : toutes les entreprises ont besoin de signalétique. Sur les façades, vitrines, murs, sols, portes... Enseignes, marquages au sol, panneaux, palissades, habillages de vitrines... Les supports varient en fonction des besoins, des lieux et des moyens et les contraintes techniques et matériaux ne sont bien sûr pas les mêmes selon l'emplacement et la durabilité. En extérieur, l'installation et le support doivent par exemple résister aux intempéries.

La signalétique telle qu'on la connaît aurait vu le jour dans le métro londonien au 19^{ème} siècle. Mais l'histoire des supports de signalisation (l'une des fonctions principales de la signalétique) remonte au temps de l'Empire Romain où des bornes en pierre indiquaient les distances et directions le long des voies romaines. Puis les panneaux de distance sont apparus sur les routes de France au 17^{ème} siècle mais ceux que nous connaissons n'ont été développés qu'en 1902, en même temps que la voiture.

Aujourd'hui, la signalétique est devenue essentielle dans les lieux de vie et commerces (centres commerciaux, rues, hôtels, hôpitaux, bureaux, musées...) car elle est un outil de communication redoutable ! Mais la simple vocation informative ne suffit plus dans un environnement publicitaire surchargé : alors que nous sommes exposés quotidiennement à près de 2000 publicités, la signalétique doit s'adapter pour rester visible.

L'objectif ? Se démarquer ! Nous sommes quotidiennement confrontés au système sémantique de la signalétique mais malgré son rôle fonctionnel et ses contraintes de lisibilité, elle sait sortir du cadre et se montrer créative. Et la tendance est au très grand format : plus c'est grand, plus c'est visible. Les immeubles et façades sont entièrement recouverts pour un message à haute visibilité qui ne passe pas inaperçu et une communication qui attire l'attention. C'est ici la créativité et le design qui priment sur la quantité. La signalétique évolue également pour s'adapter à nos modes de vie. La preuve ? Le développement du marquage au sol pour les usagers de smartphones !



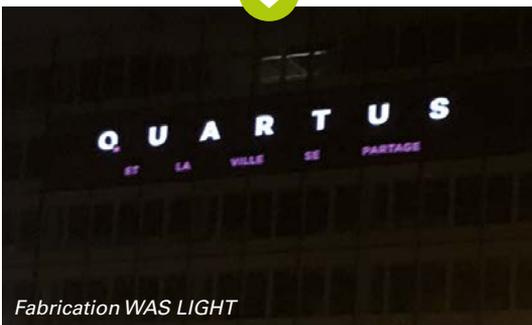
**LA SIGNALÉTIQUE
EST LA SCIENCE DE LA
SIGNALISATION.**

**ELLE UTILISE DES SIGNES
(CHIFFRES, PICTOGRAMMES, LOGOS,
COULEURS SYMBOLIQUES...)
ET/OU DES MOTS.**



Quand signalétique et innovation se rencontrent

C'est la première fois qu'un film électroluminescent grand format a été installé sur une façade d'immeuble en France ! L'enseigne lumineuse de QUARTUS mesure 37 m de long sur 2,50 m de haut. Cette pose sur façade vitrée a nécessité l'intervention de professionnels de la corde (technique alpine) sur 3 jours. Le résultat ? Il n'y a pas de doute : l'image du promoteur et développeur de projets immobiliers est bien visible, de jour comme de nuit ! La lumière exclusive de la technologie WAS LIGHT transperce le brouillard et permet à l'enseigne d'être vue et remarquée quelles que soient les conditions climatiques.



Fabrication WAS LIGHT

Une réalisation sans précédent dans le secteur de la signalétique grand format.



LA FLÈCHE

est certainement le signe le plus répandu dans la communication et notamment la signalétique.

L'origine de son utilisation n'est pas certaine... Premier objet volant construit par l'homme, la flèche aurait été utilisée pour repérer l'orientation du vent (encore aujourd'hui les girouettes sont construites sur ce modèle) et elle a donc été choisie pour indiquer une direction. C'est cette même flèche qui indiquait l'heure sur les premières horloges. Mais ce n'est que récemment qu'elle est apparue en tant que signe, notamment dans les livres scientifiques de la fin du 19ème siècle en accompagnement des premiers schémas pour simuler le mouvement, matérialiser une chronologie, désigner une transformation.

Un symbole universel ! Aujourd'hui, tout le monde, dans tous les pays, comprend la signification de la flèche et sait comment s'orienter grâce à ce signe. Pourtant ses fonctions ont considérablement évolué et sont très variées. Dans la vie courante, sous forme de pictogramme, la flèche indique le sens de déplacement, de montée ou de descente, de fermeture ou d'ouverture... Sa forme aussi a évolué : au départ on dessinait la pointe, le bois et l'empennage, aujourd'hui un simple triangle équilatéral suffit. Même si elle y a laissé des plumes, elle a encore un bel avenir dans la signalétique !





MAISON DU PROJET DU CARRÉ DE SOIE



6

Vous êtes ici

La métropole du Grand Lyon a de nombreux projets et services sur lesquels communiquer.

Quand la Maison du projet du Carré de Soie située à Vaulx-en-Velin change de charte graphique, toute la signalétique intérieure et extérieure est à revoir. Plaques de plexiglass à l'entrée, adhésifs sur lettres en métal, lettres et logo en Dibond sur le toit et la façade, bâches sur candélabres,

bâches intérieures... tout est mis en œuvre pour que les visiteurs accèdent facilement à la Maison du projet en la voyant de loin comme de près.

Cet espace ouvert au public est dédié à la présentation du projet urbain du Carré de Soie qui vise la mutation urbaine d'un vaste secteur de l'agglomération à 1/4h du centre de Lyon. Au programme ? Un quartier chaleureux et animé où activités économiques, logements, équipements privés et publics se côtoieront durablement.

Autre projet, mêmes besoins : le parcours pour arriver jusqu'à l'entrée du Musée Gallo-Romain de Lyon est désormais jalonné de supports de signalétique fléchés.

MUSÉE GALLO-ROMAIN



Impression et fabrication réalisées par PND France (groupe IOC).





Ouverture d'un nouveau point de vente HEMISPHERE. Epuré, graphique, tendance, à l'image des produits de l'enseigne.



L'importance de l'enseigne

Imposante, visible, lisible... la signalétique extérieure se doit d'être ambitieuse ! L'objectif ? Être vu et reconnu.

Partie intégrante de la communication visuelle d'une marque ou d'une enseigne, la devanture est le premier contact visuel. Qu'on soit un hôtel, un bar, un magasin, une banque... Elle permet de signaler sa présence, s'identifier auprès de consommateurs potentiels et les attirer, mais

également de renforcer son positionnement, expliciter une offre et se distinguer de la concurrence. La vocation n'est donc pas uniquement signalétique, elle est aussi commerciale : l'enseigne permet d'interpeller l'attention du passant et de l'inciter à franchir la porte.

Attention, la taille et l'implantation d'une enseigne sont réglementées par le Code de l'environnement (niveau national) et le règlement local de publicité (niveau local), la créativité aura donc des limites.

Rythmer et décorer un parcours de visite

Quand une entreprise organise des portes ouvertes, c'est tout un événement. Supports éphémères juste pour la journée ou habillages qui resteront de façon permanente après l'événement, la signalétique est un bon moyen de décorer l'espace, tout en l'animant et guidant les visiteurs. De l'extérieur à l'intérieur, suivez le guide : lettres géantes en carton, bâche extérieure, vitrophanie, habillage de desk d'accueil, papier peint imprimé, marquage au sol et au mur, signalétique de porte, caution boards à messages, roll-up...



3M Science.
Applied to Life.™*

Finitions architecturales 3M™ DI-NOC™.

Relooquez votre intérieur en un clin d'oeil.

La décoration intérieure joue un rôle primordial dans l'accueil de la clientèle et le bien-être des collaborateurs. Les finitions architecturales 3M™ DI-NOC™ vous donnent la possibilité de personnaliser votre intérieur rapidement et au moindre coût. Sans perte d'exploitation ou fermeture pendant les travaux.

www.3mfrance.fr

*3M Science. Au service de la Vie.

+ de **800**
finitions
disponibles



L'ART CONTEMPORAIN s'invite dans les couloirs du Drawing Hôtel

1^{er} étage5^{ème} étage

Il y a des tendances dans tous les domaines, c'est le cas également dans l'hôtellerie. Design, colorés, élégants, improbables, insolites : de nombreux hôtels misent tout sur la déco pour se démarquer et attirer les curieux. Ils invitent pour cela des artistes à investir les lieux, mais ils vont bien plus loin qu'un simple accrochage de cadre au mur !

Entre hôtel, bar, librairie et galerie d'art, le Drawing Hôtel, situé en plein cœur de la capitale, à quelques pas du Louvre, a été inauguré début 2017. Les propriétaires ont imaginé un lieu rendant hommage au dessin contemporain.

Côté couloir, ce sont des artistes connus et reconnus qui ont eu carte blanche pour investir les cinq étages de l'hôtel, du sol au plafond.

Nos équipes ont contribué à ce beau projet en participant à l'habillage de deux étages. C'est le duo français de Lek & Sowat qui s'est exprimé au 1^{er} étage. Les street artistes ont recouvert chaque détail des espaces de circulation : papier peint au mur, moquette au sol, adhésif au plafond et sur les portes. Alors que le 5^{ème} étage nous plonge dans l'univers du suédois Thomas Broomé, qui utilise la répétition comme technique. Un graphisme qui fonctionne au millimètre près et qui a nécessité un survey de plus de 3 h et un travail de raccord pointilleux.

ScanJet nous a confié la pose des murs, plafonds et portes.

Le «survey», québécois ?

Encore un mot anglais adopté par notre métier et qui signifie étude, plan, vue d'ensemble, inspection, rapport.

Concrètement, c'est une étape effectuée en amont qui permet de préparer le projet dans le moindre détail : repérage des lieux, prise de mesures, identification des matériaux, etc. Pour les projets complexes, c'est une phase obligatoire qui nous permet de conseiller le client, préconiser la meilleure solution, choisir les matières les plus adaptées et établir un devis réaliste. Ainsi, pas de surprise le jour de l'intervention, tout a été préparé au millimètre près.



RENDEZ-VOUS

au 17 rue de Richelieu
75001 PARIS
pour admirer les lieux



UNE COMMUNICATION en mouvement



Utiliser sa flotte de véhicules comme support de communication c'est l'idée parfaite pour optimiser sa visibilité, développer la notoriété de l'entreprise, multiplier les points de contact avec les consommateurs, augmenter l'impact visuel... Il n'y a pas de doute : un camion qui passe dans notre champ de vision est forcément remarqué et capte l'attention, surtout si le visuel est créatif, coloré, ou interpelle.

Alternative astucieuse au covering adhésif, Traxx™ est un système breveté spécialement conçu pour changer rapidement et facilement l'identité visuelle des fourgons, camionnettes, camions et remorques de toutes tailles. Ils se transforment alors en véritables supports de communication mobiles et autonomes ! Chaque véhicule est équipé d'un cadre spécifique - réalisé sur mesure - qui sert de fixation à une bâche interchangeable à souhait sans immobilisation du véhicule et réutilisable (contrairement au covering). Plus de 20 000 camions ont déjà été équipés à travers le monde et le système a largement pu faire ses preuves depuis sa création en 2004.

L'enseigne LIDL a bien compris tout ce potentiel et a été conquise par cette solution qui lui offre une forte visibilité et des atouts logistiques indéniables. Ce ne sont pas moins de 40 camions qui sont désormais équipés du système Traxx™ et qui en profitent pour communiquer dans les rues et sur les routes de France ! L'occasion, par exemple, pour la chaîne de magasins de mettre à l'honneur ses fruits et légumes frais durant l'été. Une communication qu'elle pourra facilement adapter et actualiser tout au long de l'année grâce à la simplicité et rapidité du changement de bâche du système.

Une efficacité en quelques chiffres

L'affichage mobile génère
2,5 fois
plus d'attention que l'affichage statique

Le taux de marketing viral /
buzz dépasse les **20%**

98% des personnes en voiture
(conducteurs et passagers) regardent l'affichage
sur les camions

86% de la population
apprécie les véhicules en tant que support publicitaire

+ de 37%
de pénétration mémorielle spontanée

+ 85%
de proximité de la marque



QUAND LE CINÉMA s'invite dans le métro



Une immersion spatio-temporelle bluffante pour accompagner le nouveau film de Luc Besson ! La station de métro Franklin Roosevelt a été complètement relookée par Mediatransports à l'occasion de la sortie cinéma de « Valérian ». Vue panoramique d'une ville futuriste, aliens, vaisseaux spatiaux, nuées d'étoiles, ambiance cosmique... Un projet au sein duquel la technologie Was Light avait forcément sa place ! Les logos du film et de BNP Paribas, son partenaire, (situés en hauteur) étaient électroluminescents pour une meilleure visibilité au sein de ce décor intergalactique impressionnant.

11

ZOOM SUR :

La genèse de Valérian et Laureline résulte de l'alliance entre le dessinateur Jean-Claude Mézières et le scénariste Pierre Christin pour le célèbre magazine de bande dessinée Pilote.

Très vite, leur univers marque le monde de la BD et met en avant l'une des sagas de science-fiction les plus reconnues de l'époque.

Le renommant « Valérian », Luc Besson a choisi pour son nouveau film d'aventures spatio-temporelles une libre adaptation du sixième album *L'ambassadeur des ombres*.



Projet réalisé en partenariat
avec Was Light.

L'habillage événementiel : un véritable challenge

Un incontournable dans la stratégie de communication des marques

Un événement est une action de communication ponctuelle qui se distingue de la plupart des autres métiers de la communication par sa brièveté, les moyens et les outils mis en œuvre.

Véritable tremplin d'image et de notoriété, les opérations événementielles permettent aux entreprises d'avoir un contact direct avec leurs cibles. Que ce soit une marque grand public ou une PME, que la cible soit interne ou externe, BtoB ou BtoC, quel que soit le budget, les occasions de communiquer de façon événementielle sont nombreuses : convention de forces de vente, journée portes ouvertes, célébration d'une date ou d'un anniversaire, lancement de produit...

Chaque événement est inédit et obligatoirement « sur mesure ». Destiné à marquer les esprits, susciter l'intérêt, étonner et capter l'attention, la créativité est de mise ! Et dans tous les cas, il y a un incontournable qui accompagne la réussite de l'événement : **personnaliser le lieu à son image !**

Partenaire plutôt que prestataire

> EN AMONT

Combinaison entre expertise de la communication et maîtrise de la logistique, l'événement est précédé d'une longue phase de préparation. De nombreux prestataires et corps de métiers sont mobilisés, la coordination est importante. Chacun participe de son expertise pour conseiller et accompagner l'organisateur dès le début du projet. Il faut savoir allier flexibilité et disponibilité.

> SUR LE TERRAIN

Agence ou annonceur : le client exige un « sans faute » ! Tout se joue en direct et en quelques heures : chaque détail doit être parfait et il n'y a que peu de place pour les retards et les loupés. Un tel environnement nécessite d'être entourés de prestataires de confiance, polyvalents et réactifs. La préparation est un véritable chantier collaboratif. Le facteur humain est d'ailleurs primordial.

> ET APRÈS

Pas de fainéants dans l'événementiel, que ce soit en pleine journée ou au milieu de la nuit, quelques heures ou plusieurs jours après le montage, il faut revenir pour retirer toute la mise en beauté et en scène de cette opération de communication éphémère. La dépose est plus courte que la pose, mais l'activité n'en est pas moins mouvementée car cette phase reste souvent chronométrée.

64 % des annonceurs investissent jusqu'à 24 % de leur budget global de communication (hors achat d'espace) dans les opérations événementielles. 66 % ont réalisé des opérations pour l'interne, 57 % pour le corporate, 49 % en BtoB et 35 % en BtoC. 57 % font appel à une agence événementielle pour gérer leur événement.

FOCUS

sur une marque qui a su intégrer l'événementiel dans sa stratégie de communication



Schweppes et le marketing événementiel

Créée en 1783 par un bijoutier suisse reconverti dans la pharmacie, la marque était à l'époque le soft drink des festivités mondaines et de l'aristocratie anglaise, mais avec le temps elle est devenue vieillissante... En 2007, Schweppes s'est alors lancé dans le marketing événementiel pour moderniser son image, renouer avec son cœur de cible et affirmer son positionnement festif. L'objectif était clair : générer de la proximité avec les 25/35 ans, urbains, fans de musique et de soirées. Conviviale, branchée, moderne, la Villa Schweppes est née !

Au départ, les équipes de Schweppes louent simplement une villa sur les hauteurs de Cannes pour faire la fête avec des artistes durant le festival. Très vite, cet endroit devient « the place to be » et se développe chaque année pour désormais investir un hôtel entier sur la croisette.



Depuis, la Villa Schweppes a su s'imposer et fait bénéficier la marque d'une image de marque pétillante et festive. Elle investit les plages pendant le festival Calvi on the Rocks en juillet et s'associe à d'autres événements festifs. En 2011, un site de contenus culturels (et non un site de marque) a également été créé afin de faire vivre la Villa toute l'année !





Villa Schveppes fête ses 10 ans !

Le jeudi 20 avril, Villa Schveppes offrait un avant-goût de son anniversaire avec la « Folie's Tonic » en investissant la Fondation Mona Bismarck, un hôtel particulier de pas moins de 600 m² à Paris. Plusieurs bars, plusieurs ambiances, plusieurs habillages ! Il y avait donc du boulot pour les équipes d'installation : les 16 bars lumineux doivent être livrés, installés, habillés sur place et branchés en quelques heures à peine, 40 cadres doivent être suspendus. Organisation, entraide, rigueur et force physique sont de mise.

Le résultat ? Un rendu d'exception pour accompagner l'image de marque de Schveppes.

Du 17 au 28 mai, c'est le club « Les Marches » - au cœur du Palais des Festivals de Cannes et au-dessus du Casino Barrière - qui a été investi

par la marque. Un habillage en grand pour un événement d'envergure ! Ce ne sont pas moins de 6 poseurs qui sont intervenus durant 4 jours pour décorer les bars, murs et installer des bâches. Plusieurs prestataires se sont serrés les coudes pour rendre vivant le lieu de soirée de la marque.

Les équipes d'Harpa accompagnent les événements de la marque depuis plus de 10 ans en collaboration avec Creaprint.





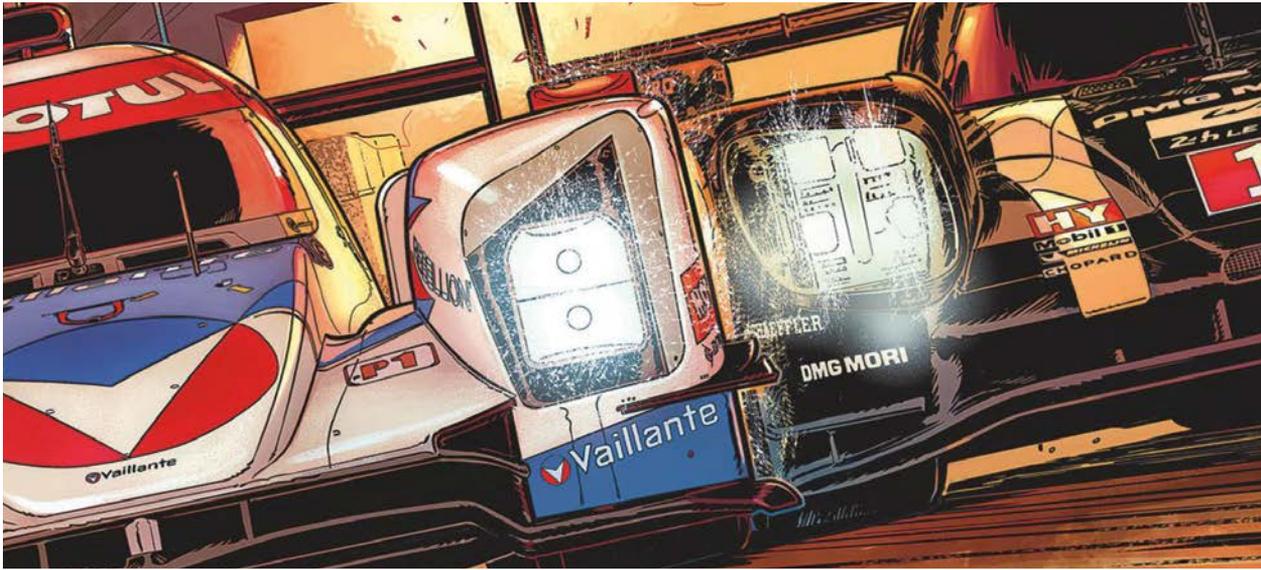
TECKNICOM® ET LE GROUPE IOC : sponsors de Rebellion Racing

Course automobile d'une durée de 24 heures organisée en juin sur un circuit au sud de la ville du Mans, les 24 Heures du Mans sont nées en 1923. C'est aujourd'hui l'une des plus prestigieuses courses du monde ! Depuis 2012, cette épreuve fait d'ailleurs partie du championnat du monde d'endurance (FIA / WEC). L'événement a réuni près de 300 000 spectateurs en 2017.

Nos équipes sont présentes sur cet événement depuis 3 années aux côtés du Rebellion Racing dont nous sommes sponsors. Rebellion Racing est une écurie suisse de course automobile. Une équipe ambitieuse, indépendante et audacieuse parmi l'une des plus respectées de la course d'endurance de premier plan avec un excellent record de réalisations. Et en 2017, l'écurie a frappé fort !

Un total covering détonnant !

Entre fiction et réalité... Cette année, Rebellion Racing et les Editions Graton se sont associés pour faire revenir Michel Vaillant, célèbre pilote « fictif » de courses. C'est ici un partenariat très original qui prend forme et qui marque la 13^{ème} participation de ce personnage dans l'univers de la bande dessinée. C'est aussi l'anniversaire des 60 ans de la série lancée en 1957 et des 20 ans de la Courage-Vaillante sortie en 1997. Mieux encore, cette entente accompagne le lancement d'un nouvel album. Mais attention l'histoire de ce partenariat n'est pas celui d'un simple sticker sur une carrosserie. La voiture a été habillée comme la Vaillante de la BD et a endossé le nom de « Vaillante Rebellion ». Une décoration très impressionnante aux couleurs bleu, blanc et rouge. Avouons-le : le covering n'est pas passé inaperçu et a marqué les esprits !



Une «Hospitality» relookée

Outre le covering des voitures, il faut aussi s'occuper de la décoration de leur «Hospitality unit». Chaque écurie, constructeur, fabricant, a son propre espace d'accueil, ouvert de jour comme de nuit pendant la course. Ce salon de réception est une structure montée et démontée en quelques heures à proximité des circuits et

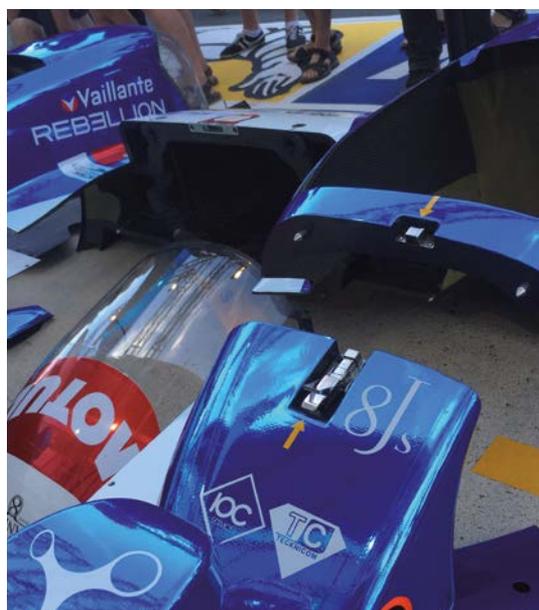
destinée à accueillir les invités, VIP, journalistes, etc. C'est un incontournable des relations publiques dans le domaine des courses automobiles, pour se réunir, se restaurer, se reposer et faire la fête. Tout ce qui est visuel a été installé par nos équipes : pas moins de 300 m² d'adhésifs imprimés, 200 m² de bâches, des frigos Coolio™ (displays réfrigérés modulaires et totalement personnalisables)...





Un partenariat audacieux et une présence remarquée

Pour nous également, ce n'est pas un sponsoring comme les autres... En dehors de la présence de nos logos sur la carrosserie, nous sommes très impliqués dans le covering de leurs voitures et nous accompagnons l'équipe en amont dès la réflexion et le choix de la matière. Idem pour l'Hospitality pour laquelle nous leur proposons solutions et recommandations. Nous renouvelons chaque année ce partenariat et il nous tient à cœur.



LE SAVIEZ-VOUS ?

Michel Vaillant est une série de bande dessinée créée par Jean Graton en 1957 sur le thème du sport automobile. Le personnage était apparu dans une histoire courte du journal Tintin et a depuis été décliné sur plus de 70 albums. Il a également fait l'objet d'adaptations : une série TV en 1967, des dessins animés en 1990 puis il a été porté à l'écran en 2003.



Ateliers Avery Dennison

Tout ce que vous devez savoir pour maîtriser les astuces du métier

Forte d'une expérience de plus de 12 ans, la société Avery Dennison est le choix par excellence pour la formation en graphisme. Nous avons rassemblé un éventail complet d'ateliers intensifs, pratiques – et divertissants. Ces ateliers peuvent aider toute personne impliquée dans la conception, la production ou l'application de décors en films adhésifs.

PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES

- > Plusieurs options – pour différents produits, applications et niveau d'expérience
- > Des séances de formation personnalisées disponibles sur demande
- > Des formateurs contrôlés et agréés, qui travaillent de manière indépendante comme poseurs professionnels de décors graphiques
- > Disponibles dans toute l'Europe dans les langues locales
- > Des lieux de formation de pointe et des outils de pose professionnels
- > Offrant un excellent équilibre entre théorie et pratique

AUTRES PROGRAMMES DE FORMATION

Les ateliers ne sont qu'une des options offertes aux installateurs et aux poseurs. Vous pouvez en apprendre via l'Académie Avery Dennison, ou participer à notre Programme pour les installateurs spécialisés.

PRINCIPAUX AVANTAGES

- > Créer une confiance dans l'offre de produits graphiques de qualité supérieure
- > Gagner une expérience pratique et une bonne compréhension des techniques de pose
- > Apprendre les techniques et les avantages de travailler avec une palette d'outils professionnels
- > Amusant, stimulant et détendu – avec de l'aide personnalisée pour maîtriser les astuces du métier
- > Voir les dernières tendances et les derniers développements, notamment les nouveaux produits et les techniques de conversion
- > Rencontrer des professionnels pour échanger des idées et des expériences

Pour en savoir plus, rendez-vous sur :

graphics.averydennison.fr/workshops



APERÇU DES ATELIERS

Formation «Les essentiels»

De 4 à 6 participants. 1 jour



La formation indispensable pour appréhender les bases du métier de la pose. Vous apprendrez à connaître les différents films adhésifs pour des applications sur surfaces planes (vitrophanie, murs, palissades...). Vous serez alors formés à l'utilisation du matériel de pose, la préparation du support, le choix du bon film et la technique adaptée. Nos formateurs vous sensibiliseront également aux conditions de pose. Grâce à cette formation, vous saurez tout pour appliquer un adhésif et maîtriser les coupes et finitions !



Aucune connaissance ou expérience préalable n'est nécessaire.



Déjeuner et rafraîchissements inclus

Introduction :

Peindre avec un film adhésif 1

De 4 à 8 participants. 1 jour



Cette formation comprend une introduction au monde du Facade film, un film auto-adhésif spécialement développé pour la rénovation de bâtiments et la modernisation de panneaux, de revêtements et de cadres de fenêtres. Au cours de cette formation, vous découvrirez les avantages du film par rapport à la peinture, comment préparer diverses surfaces et réaliser les techniques de pose de film sur panneaux et sur cadres



Adapté pour les peintres avec peu ou pas d'expérience dans le travail avec des matériaux auto-adhésifs.



Déjeuner et rafraîchissements inclus.

Formation «CAR WRAP» : Techniques de base et avancées de pose d'adhésifs sur véhicules

De 4 à 8 participants. 3 jours



L'atelier vous apprend à connaître les différents types de vinyle et les techniques de pose adaptées pour appliquer l'adhésif sur les différentes parties des véhicules et réaliser les finitions.

Expérience pratique pour les professionnels qui ont déjà une expérience de la pose sur surfaces planes (acquisition grâce à la formation "Les Essentiels").



Compétences de base de l'application et expérience souhaitées.



Déjeuner et rafraîchissements inclus.



Cette formation est destinée aux professionnels souhaitant intégrer le réseau d'installateurs spécialistes du Facade Film Avery Dennison, afin de travailler sur des projets où une Garantie Platinum Avery Dennison est requise. Vous apprendrez à reconnaître et à traiter les différents substrats et revêtements. À l'issue de cette formation, un examen théorique et pratique aura lieu pour tester l'ensemble des connaissances et des compétences des candidats.



Formateurs entièrement contrôlés et certifiés, professionnels indépendants de l'application graphique. Cette session comprend un examen de certification Installateur spécialiste du Facade film.



Déjeuner et rafraîchissements inclus.

AVERY DENNISON ACADEMY

Pour en savoir plus, consultez : academy.graphics.averydennison.com

PROGRAMME POUR LES INSTALLATEURS SPÉCIALISÉS D'AVERY DENNISON

Pour en savoir plus, consultez : graphics.averydennison.fr/si

GARANTIE - Toutes les déclarations, les informations techniques et les recommandations d'Avery Dennison sont fondées sur des tests estimés fiables, mais ne constituent aucunement une garantie. Tous les produits Avery Dennison sont vendus selon les conditions générales de vente d'Avery Dennison, se reporter à la page <http://terms.europe.averydennison.com>. Il incombe à l'acheteur de déterminer de façon indépendante l'adéquation du produit pour l'utilisation prévue.

©2015 Avery Dennison Corporation. Tous droits réservés. Avery Dennison et toutes les autres marques Avery Dennison, cette publication, son contenu, les noms et codes de produits sont la propriété d'Avery Dennison Corporation. Les autres marques et noms de produits sont des marques déposées de leurs propriétaires respectifs. Cette publication ne peut être utilisée, copiée ou reproduite en tout ou en partie à d'autres fins que la commercialisation par Avery Dennison.

2015-05_16312FR

EN IMMERSION DE *3 jours* À LA TECKNICOM® ACADEMY

Suivons la journée type d'une formation de car wrapping au sein de la Tecknicom® Academy. Deux formateurs, Stéphane et Stéphanie, sont là pour accompagner dans leur apprentissage 8 personnes de différents profils, mais tous venus dans un seul but : améliorer leurs compétences en techniques courantes et spéciales de pose d'adhésifs sur véhicules. La formation « Car Wrap » est un atelier Avery Dennison.



JOUR 1

La base : débutons avec un peu de théorie

Les participants sont accueillis par les formateurs qui prennent le temps de les mettre à l'aise avec un petit déjeuner convivial, histoire que tout le monde fasse connaissance et visite les lieux. Il y a 3 espaces : la salle de classe (pour apprendre les bases et le théorique), la salle d'entraînement (avec de nombreux types de supports) et la salle de pose (avec une voiture qui servira de modèle).

Passons à la découverte des bases : comment est constitué un film, quel adhésif utiliser dans quel contexte, la température de pose

idéale, quelles sont les règles de sécurité à respecter, etc. Un cours pédagogique, efficace et très bien rythmé par Stéphane et Stéphanie qui expliquent clairement tout en répondant aux questions. Pas de place pour les cours ennuyeux, incompréhensibles et monotones à la Tecknicom® Academy !

Une pause déjeuner en groupe et c'est reparti pour un après-midi consacré aux entraînements de pose. Apprendre à différencier une surface nettoyée ou non, s'entraîner à la pose sur des portes, capots ou encore coffres de voitures ou d'utilitaires, entraînement de pose les yeux bandés (pour maîtriser complètement la matière)... Une expérience ludique et riche en terme d'apprentissage. Rien de mieux que l'entraînement pour gagner en compétences.

Deux jours complets sont prévus pour le covering complet du véhicule mis à disposition. Chaque élève est équipé d'une sacoche contenant le matériel de pose (racleuse, gant, ...) et direction la salle de pose !





ETAPE 1

Préparation du support et nettoyage. Attention : une surface mal nettoyée peut engendrer des problèmes lors de la pose de l'adhésif.



JOURS 2 & 3

Place à la pratique

ETAPE 2

Pose sur les parties légèrement courbes. Il faut être deux pour positionner le film et le tendre sur le toit, mais pour les portes, on peut se débrouiller seul. A retenir : « On tend pour racler, on ne racle pas pour tendre ».

ETAPE 3

Un peu plus dur avec les parties convexes (bosse) ou concaves (creux). La déformation par la chaleur nécessite une concentration essentielle afin de ne pas étirer ou abîmer l'adhésif.

ETAPE 4

Les finitions. Pour un rendu parfait et dans le détail autour des rétroviseurs, antenne, poignées...



LE SAVIEZ-VOUS ?

Pour reconnaître si une surface a été nettoyée ou non il suffit d'y passer ses ongles : si ça « accroche » c'est que celle-ci a été correctement nettoyée.



Tout au long de la pose, Stéphane et Stéphanie observent, conseillent et alertent. Ils n'hésitent pas à remonter les techniques et donnent des coups de mains pour donner le bon exemple en cas de difficultés. Mais ce sont bien les élèves qui font tout le travail ! « Car wrapper » une voiture nécessite rigueur, patience et les bons gestes, mais rien n'est impossible quand on a acquis la technique et les astuces.



Qui a participé à cette formation et pourquoi ?

→ **Laurent, 35 ans** – Graphiste et technico-commercial dans une société d'impression numérique

Je fais des maquettes de car wrapping, il est donc important dans mon métier de connaître les contraintes de pose pour la création des fichiers et la production des adhésifs. Cette formation est pour moi une belle manière d'en apprendre un peu plus pour mon métier.

→ **Sylvain, 30 ans** – Poseur d'enseignes et adhésifs

J'ai participé à la formation car c'est une proposition de mon employeur afin d'ajouter un savoir-faire au sein de notre entreprise et gérer de façon autonome le car-wrapping [...] De plus, j'ai toujours aimé les véhicules, j'ai suivi une formation mécanique automobile étant plus jeune, c'est donc pour moi un vrai plaisir de la suivre.

→ **Pascal, 52 ans** – Gérant d'une société d'impression numérique et de pose

J'ai suivi cette formation avec mon fils (qui travaille dans la même société) car nous avons eu beaucoup de demandes que nous avons dû malheureusement refuser par manque de capacités. Grâce à la formation et cet apport de compétences nous pourrions désormais être à même de réaliser ces demandes.

LA BONNE NOUVELLE ? Notre organisme de formation est référencé sur Data Dock.



Data Dock est la base de données unique créée par les 20 OPCA et OPACIF en 2017. Seuls les organismes de formation validant les 21 indicateurs répondant aux 6 critères de la loi (imposés par le code du travail) sont référencés sur cette nouvelle plateforme. C'est un outil qui simplifie et facilite les démarches administratives et demandes de financement.

Que vous soyez professionnel de la pose, commercial, graphiste, chef de projet, chargé de communication, étudiant, en reconversion... nous avons des formations adaptées pour chaque profil, niveau et besoin. Mieux encore, nous proposons des formations « A la carte » : un programme construit sur mesure, en groupe ou individuel, sur un ou plusieurs jours, dans nos locaux ou les vôtres. Nous pouvons également vous accompagner sur vos chantiers pour vous assister jusqu'à la livraison de votre projet. Mais pour en savoir plus, il faudra qu'on en discute !

Plus d'informations

www.technicom.fr

technicom@harpa.fr

LE BON CHOIX pour la bonne utilisation !

L'ADHÉSIF PERMET D'HABILLER N'IMPORTE QUELLE SURFACE MAIS ATTENTION TOUTEFOIS, IL Y A DIFFÉRENTS ADHÉSIFS POUR DIFFÉRENTES APPLICATIONS. IL FAUT RETENIR QU'IL EXISTE 4 FILMS POSSIBLES : POLYMÈRES, MONOMÈRES, COULÉS ET COULÉS 3D.

Mais quelles sont les différences ?

LE FILM CALANDRÉ MONOMÈRE : *le mal aimé*

Sauf pour son prix car c'est le moins cher ! Il déteste les températures élevées (il risque sinon de se dilater) et correspond à des opérations de courte durée ou en intérieur. Très pratique pour des lettres découpées ou de l'événementiel (type salon).

EN BREF

Classique - Economique - Courte durée

LE FILM COULÉ : *l'incompris*

Souvent mis en avant, coulé ne veut pas dire 3D.

C'est un film qui connaît son métier : stable aussi bien dehors que dedans et à toutes les températures, il offre stabilité aux surfaces planes et 2D. Le meilleur pour une signalétique longue durée.

EN BREF

Résistance - Durée dans le temps

IL EN EXISTE ÉGALEMENT UN DERNIER : *« le nouveau-né »*

Apprenant à faire ses gammes, il risque néanmoins de marquer le futur puisqu'il est sans PVC !

On vous en reparle au prochain numéro...

LE FILM CALANDRÉ POLYMÈRE : *le courageux*

Vous en croisez partout : bus, semi-remorques, murs, panneaux, etc. C'est le choix naturel pour une surface plane ou 2D, une bonne durée dans le temps et une utilisation en extérieur. Si on l'appréhende bien, il est même possible de réaliser un covering mais ce ne sera que pour un habillage de courte durée (comme les véhicules qu'on voit sur le Tour de France). Plus stable qu'un monomère, il déteste tout de même les déformations concaves.

EN BREF

Qualité - Durabilité - Prix

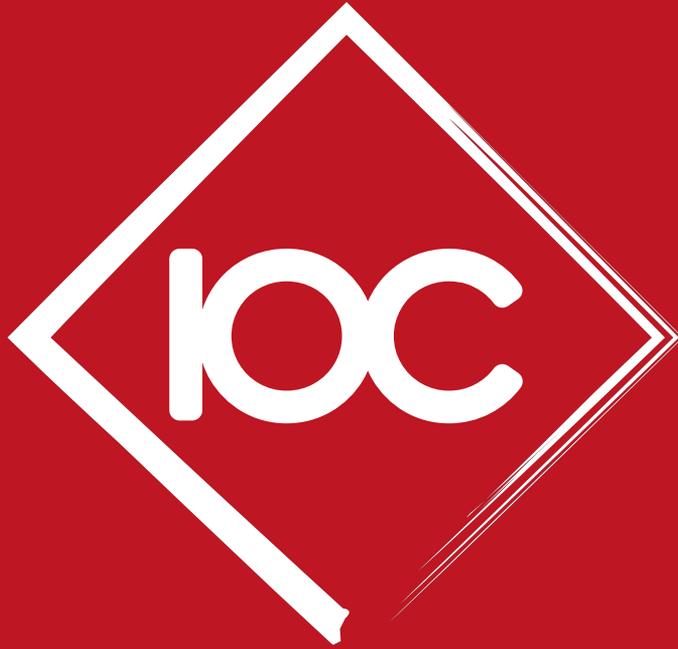
LE FILM COULÉ 3D : *le top du top*

Celui-ci repousse toutes les limites, il est le seul à se glisser partout et à y rester longtemps.

La seule condition ? Maîtriser les techniques de pose car il ne pardonne aucune erreur. Pas un défaut en matière de stabilité et durabilité. Véhicules, bateaux, meubles... rien ne lui résiste et il est capable de durer plus de dix ans. Ses performances nous obligent à le respecter et il est de loin notre préféré en terme de manipulation.

EN BREF

La perfection absolue !



vitrine
signalétique
habillage
PLV
décoration
enseigne

affiche
banderole publicitaire
habillage de véhicule
événementiel

COMMUNICATION IN-STORE & OUT-STORE

LIBÉREZ VOTRE IMAGINATION...

Nous vous accompagnons pour la réalisation de votre projet.

conception
prototype
fabrication
installation
déploiement

IOC-COMMUNICATION.COM