

PRINT /
DIGITAL
/ DATA

DOSSIER
COMMUNICATION OUTDOOR :
LE CHANT DU SIGN ?

START-UP
SMARTALOG BOUSCULE
LE PRINT PERSONNALISÉ

IC

Industries
Créatives

- LE MAG -



IC LE MAG
EN RÉALITÉ AUGMENTÉE !

GRAND ANGLE
DÉCORATION IMPRIMÉE :
SORTIR DES CLICHÉS



« Je m'assure de vous livrer un produit d'impression qualitatif en fin de chaîne graphique. »

Mathieu

Référent Contrôle Brochure
5 ans d'expertise chez Exaprint

- 100 000 brochures imprimées chaque jour
- Plus de 250 spécialistes à Montpellier
- Une passion qui dure depuis 1998

#ExpertsEnImpression

www.exaprint.fr

Pionniers
web-to-print



Des prix
tout compris



Assistance
sur-mesure



Impression
Express



Responsable



Trust Score
4,5/5

LA DÉCO À BONNE ENSEIGNE

Les professionnels de la communication extérieure n'ont pas dû goûter l'ironie du calendrier. Le 3 mai, la France entamait son troisième déconfinement. Dès le lendemain, l'Assemblée nationale adoptait, en première lecture, le projet de loi « Climat et Résilience » et son désormais célèbre article 7, féroce combatu par les acteurs de l'affichage et de l'enseigne. Un article qui, à l'heure où les consommateurs sont de retour dans la rue et les points de vente, donne la possibilité aux élus locaux d'encadrer les publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines, « lorsqu'elles sont visibles depuis une voie ouverte au public ».

Alors que le texte est désormais entre les mains du Sénat, le monde de la communication outdoor maintient sa pression sur les acteurs politiques. Mais au-delà du combat législatif actuel, régies publicitaires, enseignistes et professionnels de l'affichage extérieur n'ont pas attendu les récents débats pour agir et faire évoluer leurs pratiques. Comment continuent-ils à investir et innover dans cet environnement contraint ? C'est l'objet de notre dossier.

Cependant, dans un contexte où la pression réglementaire se fait toujours plus forte sur les dispositifs de communication extérieure, le secteur du *sign* est en train d'opérer un véritable transfert de volumes vers la communication intérieure, porté par un marché en pleine croissance : celui de la décoration imprimée. Une tendance forte depuis quelques années, mais que la crise sanitaire du Covid-19 a singulièrement accéléré, particuliers et entreprises mettant à profit les différents confinements pour repenser et soigner leurs intérieurs. Effet d'aubaine ou stratégie anticipée : de nombreux acteurs de la communication visuelle, de la signalétique et même du display et du stand ont développé des offres pour la décoration intérieure. Mais aborder ce marché concurrentiel, où donneurs d'ordres et prescripteurs ont des besoins techniques et esthétiques à la fois, tout en valorisant ses savoir-faire au juste prix, n'est pas chose aisée. C'est l'objet de notre grand angle.

Certains, à l'image de la jeune société Les Storistes, y arrivent pourtant très bien. La start-up bouscule aujourd'hui le marché du store avec ses produits bioclimatiques et personnalisables, où le print représente le point clé de la valeur. En transformant une problématique technique en un vecteur d'expérience de marque, l'entreprise réussit même à jouer sur les deux terrains : la décoration intérieure et la communication extérieure. Un exemple à suivre ?

Bonne lecture,
Florent Zucca,
Rédacteur en chef



1 | **ÉDITORIAL**

« LA DÉCO À BONNE ENSEIGNE »
Par Florent ZUCCA, rédacteur en chef.

4 | **GRAND TÉMOIN**

Philippe DE MAREILHAC,
directeur général de
MARKET VALUE



SOM- MAI- -RE

20 | **DOSSIER**

AFFICHAGE & ENSEIGNE

Com- munication outdoor : le chant du *sign* ?

2 |



En couverture :

Opération de publishing conçue par le studio de design graphique **Midi Quinze** pour la marque **Nike Women**. Impression de 300 exemplaires du book *La Parisienne est une style editor* par **Atelier Bulk**, spécialiste de l'embellissement de l'objet imprimé, sur un papier **Fedrigoni Arcoprint Milk**.
© Chloé Gassian

Des panneaux publicitaires moins nombreux et moins grands, des enseignes lumineuses plus économes en énergie... La réglementation en matière de communication visuelle extérieure - à l'image du projet de loi Climat et Résilience - tend à limiter toujours plus ces dispositifs, qu'ils soient imprimés ou digitaux. Et, à cette logique réglementaire, s'ajoute aussi la pression citoyenne qui appelle à plus de beauté dans la ville. Quel avenir pour « le plus vieux média du monde », dans un cadre aussi contraint ? Bien décidés à ne pas disparaître au nom de la défense de l'environnement, mais plutôt à y prendre leur part, nombre d'acteurs de ce secteur n'ont pas attendu les récents débats pour agir et faire évoluer leurs pratiques.

8 | IDÉES À SUIVRE

Un trimestre à travers l'œil d'IC LE MAG.

16 | EN VUE

Avec LES STORISTES, le store climatique personnalisable sort de l'ombre

FAB
- RICATION



40 | GRAND ANGLE

Décoration imprimée : sortir des clichés



© Neodko

52 | INCUBATEUR

Smartalog, la start-up qui bouscule le marché du print personnalisé

56 | INNOVATION

Print et digital : un couple solide et durable

L'ACTUALITÉ

DES EXPERTS DU SECTEUR DE L'IMPRESSION ET DE LA COMMUNICATION VISUELLE

65 | LES NEWS DE LA FAB

- EN DIRECT DES ATELIERS : PAGES 65 À 70
- SALLE DES MACHINES : PAGES 72 À 76

77 | BUSINESS

LES ÉCHOS DU MARCHÉ

78 | INTERVIEW

« *HEXIS VA INVESTIR 4 MILLIONS D'EUROS PAR AN JUSQU'EN 2025* »

INTERVIEW CROISÉE DE CAROLINE ET CLÉMENT MATEU, DIRIGEANTS DU GROUPE INDUSTRIEL FRANÇAIS HEXIS

82 | THINK !

« *RÉUSSIR LA DIGITALISATION DE SON ENTREPRISE : UN ENJEU COLLECTIF* »,

UNE TRIBUNE D'ABDELLAH BEN HAMOU

84 | REPORTAGES

- CFP FLEX : LE TRANSFERT FAIT SA RÉVOLUTION VERTE
- DOMING : CN INDUSTRIE CONFORTE SON LEADERSHIP EUROPÉEN
- APF ENTREPRISES SE DESSINE UN AVENIR DURABLE DANS LE TEXTILE
- FAYOLLE ATTAQUE DE NOUVEAUX MARCHÉS AVEC LA HP LATEX 800W

94 | SÉRIE LIMITÉE

ATELIER BULK : L'IMPRESSION HAUTE COUTURE

N°ISSN : 2552-5573 DÉPÔT LÉGAL : à parution COMMISSION PARITAIRE : en cours. Pays d'origine du papier : Espagne - Pas de fibres recyclées - Certification : PEFC - Impact sur l'eau (P tôt) : 0.02 kg/tonne. Conformément à la loi du 11/03/57, toute reproduction même partielle des articles et illustrations publiés dans IC le Mag est interdite sans accord de la société d'édition.