

## TENDANCE : penser le lieu de travail comme une vitrine de communication



- Les actus du réseau : habillez, décorez, surprenez
- Le wrapping voit grand
- Histoire de Tecknicom®

**DOSSIER SPÉCIAL :**  
les films électroluminescents





**UNE SOLUTION EFFICACE  
ET INNOVANTE !**



**PROTÉGER VOTRE VÉHICULE  
AVEC LE FILM BODYFENCE ET LES PRÉDÉCOUPES DISPONIBLES SUR HEXIS DESIGN**

**BODYFENCE**  
PAINT PROTECTION FILM

[www.hexit-design.com](http://www.hexit-design.com)

Pour plus d'informations : ☎ 04 34 33 97 77     ✉ contact@hexis-design.com

# Sommaire

## LES ACTUALITÉS DU RÉSEAU

**Penser le lieu de travail comme une carte de visite et un outil de communication . . . . . 4**

**Les pop-up stores : la tendance est dans l'éphémère et le surprenant . . . . . 7**

**La vitrine : une communication efficace et incontournable ! . . . . . 8**

**Le changement d'identité, un véritable challenge . . . . . 9**

**Attention, travaux ! . . . . . 10**

## DOSSIER SPÉCIAL

### Les films électroluminescents

Habillez, décorez, surprenez . . . . . 12

## TECKNICOM® ACADEMY

**Une école qui ne prend jamais de pause . . . . . 16**

**Le wrapping en grand ! . . . . . 17**

**Le wrapping de voiture, tout un art ! . . . . . 18**

## HISTOIRE DE TECKNICOM®

Un retour aux origines . . . . . 19

---

Tecknicom® Magazine est un projet géré par les salariés du groupe HARPA

139-141 rue Léon Geffroy

94400 Vitry-sur-Seine

01 45 73 69 00

tecknicom@harpa.fr

**Directeur de la Publication :**

Stéphane Barret

**Rédactrice en chef :**

Jessica Locatelli

**Contributeurs :**

Denis Astorg, Stéphanie Lebouc,  
Pierre Uzel, Aurore Feyt, Sandrine Gallais,  
Letitia Messager, Hélène Fangon,  
Elise Renaud, Philippe Le Calvé,  
Jérôme Martin et Edward d'Annoux

**Maquettiste :**

Sandrine Beaulieu

**Imprimé par Imprimerie Peau**

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



# Édito

Stéphane BARRET

Délégué à la communication et formateur Tecknicom®

Nous allons évidemment commencer par vous souhaiter une belle et merveilleuse année 2017 avec tout ce qui peut vous faire rêver.

Nos vœux ont pris cette année la forme d'un colibri. Cet oiseau symbolise la joie de vivre, l'adaptabilité, la vigueur. Il est capable des exploits les plus étonnantes et c'est un as du long vol et des voltiges. Positivité, rapidité, flexibilité, capacité à répondre rapidement aux sollicitations et à s'adapter, prompt à répondre à toute demande... des valeurs qui correspondent en tous points à Tecknicom®, nous n'aurions pas pu choisir mieux ! Et surtout, le colibri rappelle de profiter des plaisirs de la vie et de prendre le temps de s'amuser un peu plus : tout ce que nous vous souhaitons.

Nous abordons cette année avec sérénité. Avec toujours plus de challenges, de développements et de nouveautés ! Vous découvrirez dans ce numéro nos réalisations, nos savoir-faire de longue date, nos expériences, nos conseils, nos expertises, et bien sûr nos innovations. Ainsi qu'un petit clin d'œil à nos amis les poseurs à retrouver en fin de magazine.

Vous l'avez en main et vous l'avez sûrement déjà remarqué, notre Tecknicom® Magazine évolue. Mais pas de crainte à se faire, les fondamentaux de Tecknicom® restent inchangés et bien ancrés ! Il vous reste quelques pages à lire pour le remarquer, alors : bonne lecture.



# PENSER LE LIEU DE TRAVAIL comme une carte de visite et un outil de communication



**Les locaux et sièges sociaux des entreprises sont aujourd’hui considérés comme de véritables vitrines. Plus encore, la conception et l’aménagement des espaces de travail conviviaux et modernes représentent des enjeux stratégiques et managériaux.**

C'est en effet le lieu idéal pour refléter les valeurs de l'entreprise, sa culture, son savoir-faire, ses métiers et l'occasion parfaite pour mettre en scène l'identité visuelle de la marque, voire une opportunité de renforcer les dimensions sociales de la société. D'un point de vue pratique également, l'habillage des bureaux peut être utile en tant que signalétique, aussi bien pour les visiteurs que les nouveaux arrivants.

Même si ces réflexions vont bien au-delà des dimensions techniques, l'aspect opérationnel reste une part importante à la matérialisation des idées de ces entreprises.



## LE SAVIEZ- VOUS ?

Pour **83%** des actifs, l'espace de travail a un impact important sur leur motivation, et **89%** sur leur efficacité.



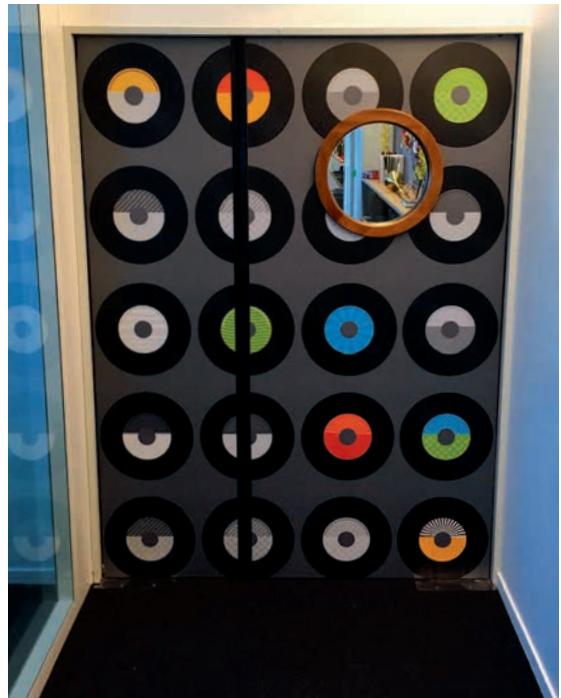
Nous avons eu la mission d'accompagner une importante société d'informatique dans son projet de réaménagement et rénovation. L'objectif ? Faire de leur siège social un espace visuel bien pensé, convivial et propice au bien-être pour le plus grand bonheur des employés. Une organisation a toute épreuve ! Ce projet de grande ampleur s'est étalé sur une période de 4 mois. 600 m<sup>2</sup> de matières ont été traités pour habiller les locaux de visuels divers et variés. Une décoration dans le détail grâce à des techniques et solutions adaptées : dépoli ou transparent imprimé, teinté masse, DAO, Di-Noc™, peinture, etc. Ce sont plus d'une vingtaine de techniciens qui ont été mobilisés sur le site. Un travail effectué main dans la main avec les différents intervenants et architectes afin de restituer fidèlement le projet de l'entreprise.

- > Bureaux, open spaces,
- > Halls d'accueil,
- > Salles de réunion,
- > Salles d'attente...

Tous les espaces ont beaucoup à dire à nos clients et salariés, ils méritent notre attention. Il paraît que tous les 5 ans en moyenne, l'entreprise doit penser réaménagement pour entretenir son évolution. Et ce n'est pas qu'un vaste chantier réservé aux grands comptes, les TPE et PME sont aussi concernées.

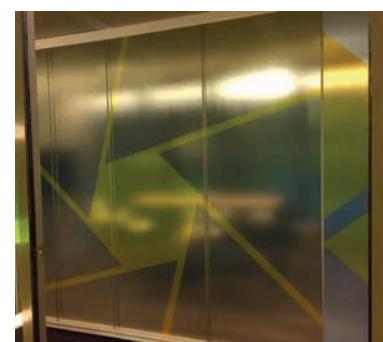
- > Adhésifs grand format,
- > Dépolis ou microperforés,
- > Tableaux,
- > Papiers peints personnalisés,
- > Di-Noc™...

Les supports sont innombrables pour permettre d'illustrer et sublimer votre identité. Et les possibilités sont nombreuses pour allier fonctionnalité, esthétisme et originalité. La rénovation intérieure, un beau marché en perspective !



**Si le lieu est unique, accueillant et séduisant, c'est l'image d'une entreprise dynamique, en bonne santé et à l'ADN bien marqué qui s'en dégagera.**

Conscientes des retombées positives de bureaux durables, exemplaires et inspirants, un nombre croissant d'entreprises (Google, Lego, Microsoft, Airbnb, Pixar, Facebook, TBWA, etc.) ont su faire de leur projet immobilier un véritable projet d'entreprise.





Z.I. de la République 3 - 126, rue de la Bugellerie  
BP 30103 - 86003 Poitiers cedex  
Fax : 05 49 52 64 22  
Tél. 05 49 52 29 37 | [info@tooadhesifs.com](mailto:info@tooadhesifs.com)

# LE CATALOGUE 2017 POITOO ADHÉSIFS EST DISPONIBLE

retrouvez toutes les nouveautés  
et une gamme enrichie en matière de décoration...

DÉCO

DISPLAY  
MURS

supports  
imprimables

COVERING

FILMS

TEXTILES  
OUTILS

BÂCHES

DÉCO

DISPLAY

MURS

supports  
imprimables

COVERING

FILMS

TEXTILES

OUTILS

Z.I. de la République 3 - 126, rue de la Bugellerie  
BP 30103 - 86003 Poitiers cedex  
Fax : 05 49 52 64 22

Tél. 05 49 52 29 37 | [info@tooadhesifs.com](mailto:info@tooadhesifs.com)



# LES POP-UP STORES : la tendance est dans l'éphémère et le surprenant

On ne voit plus que par ce phénomène qui a le vent en poupe et qui est assurément la tendance du moment : le « pop-up store » ou « magasin éphémère » dont le principe est simple : personnaliser, voire privatiser un espace de façon originale et créative, afin de créer une véritable immersion. Leur côté immédiat et éphémère éveille la curiosité du consommateur, leur aspect inhabituel et l'effet de surprise permettent de créer l'événement et ainsi de susciter l'intérêt des médias. Le temps d'un instant, c'est une opportunité de découvrir l'univers de sa marque préférée ou tout simplement la redécouvrir sous un angle différent !

Le concept du pop-up store peut répondre à différentes stratégies ou problématiques commerciales. Il peut être utilisé pour s'implanter provisoirement dans un centre commercial ou sur le lieu d'un événement. Un acteur du e-commerce ou une marque de produits de grande consommation qui n'a normalement pas de magasin peut recourir par exemple au pop-up store pour aller à la rencontre de ses clients.

Fort de nos capacités de déploiement et d'adaptabilité, nous sommes tout à notre aise dans cet exercice d'un nouveau genre.



## Un peu d'histoire

Le concept est lancé dans les années 2000 aux États-Unis, inspiré par la stratégie marketing du fondateur de Swatch dans les années 1980, concernant surtout des produits très saisonniers : *« On vient faire du bruit, puis on dégage »*.



**Bon Marché - AG TRICOTS pour Marqueur d'Espace**

Mise en scène d'un espace représentant l'univers d'Alexandra Golovanoff avec l'installation du mobilier et de cadres « Easy'frame » rétro-éclairés (solution qui permet, sans aucune confection, de tendre des textiles imprimés sur cadre aluminium).



# LA VITRINE : une communication efficace et incontournable !



La vitrine est une fenêtre sur la rue et sur vos prospects.

8

L'**habillage des vitrines pour les fêtes** est un passage obligé pour toutes les boutiques, ce n'est pas une tradition uniquement réservée aux grands magasins. Elles sont généralement préparées très en amont, et quand on sait que les grands magasins réalisent presque 20 % de leur chiffre d'affaires annuel pendant le mois de décembre, on comprend que c'est un sujet important.

Une période dense pour tous les professionnels de la communication visuelle ! L'une des premières campagnes de Noël 2016 que nous avons eu à déployer était pour une chaîne de magasins d'objets du quotidien. Ce sont 35 points de ventes

(pour autant d'installateurs impliqués) qui ont été habillés en 3 jours. L'installation consistait à poser une décoration de vitrine en DAO sublimant des flocons de Noël.

Durant cette période, l'objectif de chaque annonceur est en effet de surfer sur la magie de Noël et d'évoquer sa vision des fêtes de fin d'année. On réutilise généralement des éléments représentatifs de cette fête (sapins, étoiles, boules et guirlandes) mais en les revisitant dans le style de la marque pour marquer sa différence. Le résultat : une ambiance hivernale et festive réussie !

La vitrine est le premier «contact» entre la marque et les passants, c'est elle qui va accrocher leur regard, les séduire et les inciter à entrer dans le magasin ! Il est donc primordial d'accorder à cet espace toute notre attention, y consacrer du temps et des moyens.

Selon la saison ou l'évènement, un produit ou service est mis en scène pour le faire découvrir, le rappeler au client ou indiquer une promotion. Toujours avec l'objectif de communiquer sur l'image et le style du magasin !

Les soldes, la Saint-Valentin, les saisons, Pâques, la rentrée des classes, la fête des mères... Les annonceurs ont appris à s'adapter à la saisonnalité, tout événement est une bonne occasion pour communiquer et la vitrine est l'endroit idéal. C'est donc un planning d'**habillage de vitrines bien rempli qui s'annonce encore cette année !**

## Quelle est la durée de vie d'une vitrine ?

Elle varie de **15 jours à un mois maximum** selon le thème ou la promotion présentée et aussi selon la périodicité de fréquentation de la clientèle.



# LE CHANGEMENT D'IDENTITÉ, un véritable challenge



9

**Un changement d'identité n'est pas une mince affaire pour une entreprise, surtout quand on est le numéro deux mondial de l'eau et des déchets.**

Réorganisation, nouveau logo et lifting du nom... l'objectif de Suez est de rassembler l'ensemble de ses marques locales afin de parler aux clients d'une seule voix. Un projet dévoilé en 2015 et qui se finalise aujourd'hui dans le moindre détail. Entre la publicité, les uniformes, la flotte de véhicules et les cartes de visite, Suez avait annoncé un budget de 60 millions d'euros répartis sur 2 ans.

Vert lumineux comme l'espoir de voir les ressources naturelles préservées, bleu marine pour rassurer sur les compétences et l'expertise mises au service des clients, telles sont les couleurs du nouveau logo du groupe. Le S stylisé, orienté à l'horizontal, évoque le symbole de l'infini et fait référence à l'économie circulaire et la collaboration entre collectivités locales et entreprises.



Le groupe a fait appel à nos services dans ce déploiement et nous a confié le marquage de son parc automobile. Une plate-forme en ligne dédiée, développée spécifiquement pour le déploiement, a été la clef de la réussite pour ce chantier national portant sur près de 3 500 véhicules (d'autres à venir). Dé-logoter et logoter la flotte Suez est un défi au quotidien et demande un gros potentiel d'adaptation tant au niveau gestion qu'au niveau terrain.

**Mais rien n'est impossible quand on a la technique, l'expertise et l'organisation.**

## Une communication qui roule !

La voiture contribue à l'image de marque de ces sociétés qui profitent de ce vecteur de communication mobile pour signaler leur présence et accroître leur notoriété.

L'entreprise est reconnue partout où ses représentants se déplacent.



# ATTENTION, TRAVAUX !



Quand la SNCF fait des travaux sur ses lignes Franciliennes, les Tecknicom® s'occupent de sa signalétique pour l'annoncer à ses usagers. Ce qui représente plus de 250 panneaux, bâches et adhésifs sur l'ensemble des 29 sites concernés. Pré-visite, gestion, organisation sont les maîtres mots de cette mission programmée sur plusieurs mois.

Les phases de travaux génèrent immanquablement de nombreuses crispations. Un dispositif de communication approprié doit alors mêler opportunité du message, adaptabilité du support, pertinence du calendrier de diffusion, conformité aux réalités du terrain... L'information doit être largement diffusée et visible. C'est la vision de l'usager qui doit déterminer la communication, tout simplement parce que la communication est faite pour lui.

Un sujet largement pris au sérieux par la SNCF avec une large diffusion online, offline et in-situ.

**Ne jamais minorer les nuisances et déployer la communication adéquate.**



## PANTONE®

**dévoile la couleur de l'année 2017,  
une source d'inspiration pour cette nouvelle année ?**

**La couleur de l'année 2017 est associée à l'environnement et la nature mais est également étroitement liée à la technologie, l'innovation et la modernité.**

Elle a été choisie pour son côté rafraîchissant et revitalisant. Après un long processus d'analyse des tendances, Pantone®, la référence dans le domaine de la couleur, a choisi pour l'année 2017, la **couleur jaune vert Pantone 15-0343 Greenery**. Ce Pantone® « frais et épicié » au caractère « fortifiant » évoque « des feuillages luxuriants et la richesse des grands espaces ». Greenery évoque les nouveaux départs, la vitalité et la poursuite des passions personnelles. Le jaune vert acidulé véhicule un dynamisme et interpelle le désir d'expression, d'exploration, d'expérimentation et de réinvention. « Par son éclat rassurant, mais néanmoins affirmé, Greenery nous offre l'aplomb et l'audace nécessaires pour vivre notre vie comme nous l'entendons, à un moment où nous redéfinissons ce qui fait notre réussite et notre bonheur. »

PANTONE®  
15-0343 TPG  
Greenery

Vos marques...  
Vos conditions tarifaires...  
Votre historique de commandes...

## Votre Spandex !



24h / 24 & 7j / 7



Du 31 Janvier  
au 2 Février 2017,  
retrouvez-nous  
sur le stand **2P25** !



# www.spandex.fr

Découvrez vite votre nouveau site Spandex !  
Connectez-vous & créez votre espace personnel !



Les Meilleures Marques  
pour Solutions Graphiques



# Les films électroluminescents pour animer vos visuels et renforcer



L'électroluminescence (EL) est un phénomène optique et électrique durant lequel un matériau qui contient du phosphore émet de la lumière en réponse à un courant électrique faible qui le traverse. Ce sont les photons libérés sous l'effet du champ magnétique qui permettent la diffusion de lumière.

**LE RÉSULTAT : une lumière à la fois intense et douce pour les yeux.**

Brevetée par un ingénieur américain, la science électroluminescente existe depuis le début du XX<sup>ème</sup> siècle, mais ses applications pratiques sont beaucoup plus récentes (années 80). Sa luminosité traverse le brouillard, un attribut plus qu'important voire indispensable et qui a été exploité par l'US Navy il y a 20 ans pour l'appontage des appareils de nuit. C'est également cette solution qui est utilisée par les acteurs de la sécurité, la police, les pompiers, etc.

## Une idée « lumineuse » pour communiquer de nuit

C'est assez naturellement que le film électroluminescent a été détourné de son usage initial pour voir ses applications étendues à la communication visuelle. Imaginez tout le potentiel que cela représente !

Une multitude d'applications pour un impact visuel inédit : une signalétique visible à tout moment, une enseigne clignotante perceptible en plein brouillard, un logo sur une voiture qui gagne en impact au coucher du soleil, une vitrine qui fait le show aux heures de fermeture

# hescents votre visibilité



Moins  
d'1 mm  
d'épaisseur !



Fabrication WAS LIGHT

et qui s'anime, une décoration qui en met plein les yeux en pleine soirée, etc. Le terrain de jeu de ce support lumineux est sans limite... jusqu'à dans le grand format !

## Quand la réalité s'inspire de la science-fiction

Un exemple parfait pour illustrer l'impact visuel de cette solution.



© Walt Disney Pictures - Image issue du film « Tron : Legacy » sorti en 2010

## NOUS TESTONS : l'électroluminescence mobile

Plus de visibilité de nuit et une touche d'innovation qui boosteront à coup sûr l'impact publicitaire ou événementiel ? Les bus sont les supports idéaux pour profiter des avantages techniques et esthétiques de cette solution, c'est pourquoi nous testons actuellement cette possibilité pour optimiser les dispositifs publicitaires des transports collectifs. Attendez-vous à bientôt les voir dans les rues et sur les routes...



Fabrication WAS LIGHT

# Une visibilité décuplée, votre image visible de jour comme de nuit



Fabrication WAS LIGHT

Il ne manque qu'un peu d'imagination, une création interactive et inattendue pour exploiter tout le potentiel de cette solution.

## Tout l'intérêt est dans la technologie et son aspect visuel

La feuille EL est une source lumineuse dite de Lambert. Cela signifie que la densité lumineuse est la même sous tous les angles, sans rayonnement ou éblouissement (contrairement aux néons, ampoules et LEDs) pour un rendu homogène particulièrement bien perçu par l'œil humain et un éclairage agréable. Une lumière qui semble venir de nulle part et donne une impression à la fois irréaliste et inexplicable.

## CARACTÉRISTIQUES PRODUITS

Le film EL est recouvert d'un adhésif imprimé et connecté de façon invisible à un boîtier d'alimentation électrique.

### > Faible consommation énergétique

Cette source froide consomme 3 fois moins d'énergie que la technologie LED ( $2.79\text{mW/cm}^2$ ).

### > Une application sur tout support

Léger (420gr/m<sup>2</sup>), fin (moins d'1mm d'épaisseur), souple et flexible (135°) pour s'adapter à tous types de surface.

### > En intérieur et extérieur

Une excellente résistance aux impacts et vibrations, à l'humidité (étanchéité possible), aux hautes et basses températures (de -30°C à +45°C). Jusqu'à 20 000 h en continu / 30 000 h en clignotement.

### > Une luminosité douce et uniforme à toute épreuve

Visible de loin sans éblouissement, à travers le brouillard et la fumée.

### > Un éclairage programmable

Séquençage des animations, variation de la vitesse d'éclairage, en continu ou par intermittence.

## Un partenariat évident pour une nouvelle dimension lumineuse

**WAS LIGHT** est le fabricant exclusif en Europe de films électroluminescents, spécialisé dans la signalétique sécuritaire et de communication grand public.

Nous avons choisi de nous impliquer dans le développement de cette solution et d'accompagner notre partenaire WAS LIGHT à travers nos écoles de formation.

**L'objectif :** donner à cette lumière la place qu'elle mérite.



## VOTRE FOURNISSEUR POUR LE MARQUAGE ET L'IMPRESSION NUMERIQUE



### Nos produits:

- Adhésifs de découpe
- Supports pour l'impression numérique (solvant, éco-solvant, UV, latex)
- Films de signalisation / thermosoudable / vitrage
- Encres
- Accessoires pour stand

## Découvrez nos nouveautés pour 2017



**Rejoignez les milliers de clients qui nous font confiance**

69-71 Bd Richard LENOIR  
75011 PARIS

Tel. : 01 53 36 36 50 / 01 53 36 36 60  
E-mail : [commandes@starcolor.fr](mailto:commandes@starcolor.fr)

# TECKNICOM® ACADEMY, une école qui ne prend jamais de pause

Avec plus de 150 élèves formés par an, nous avons su consolider un véritable réseau de poseurs expérimentés et certifiés. En intégrant la Tecknicom® Academy, vous intégrez un groupement de professionnels répartis sur toute la France.

**VOUS VOULEZ  
VOUS FORMER,  
VOUS PERFECTIONNER,  
VOUS SPÉCIALISER ?**

## FILMS ÉLECTROLUMINESCENTS



Découverte des caractéristiques des films électroluminescents et de leurs applications.

## A LA CARTE



Un accompagnement personnel et sur mesure, nous vous assistons jusqu'à la livraison du projet.

## TOTAL COVERING



L'excellence en termes de qualité, c'est le haut niveau de la pose d'adhésifs. Les techniques de covering n'auront plus de secret pour vous !

## DI-NOC™



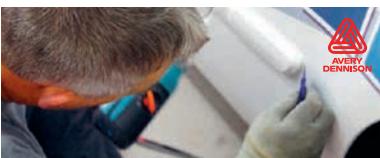
Découvrez tous les secrets de pose de cette matière révolutionnaire !

## BASIC



Une formation aux différentes façons de poser des adhésifs sur surfaces simples. C'est le module de base de notre métier !

## CAR WRAP



Débutants ou confirmés, l'atelier vous montre comment effectuer un wrapping avec les normes les plus élevées.

## FAÇADE FILM



« Peindre avec un film », une introduction à l'application de films adhésifs spécialement conçus pour la rénovation de bâtiments.

→ **Un nouveau centre de formation à la pose professionnelle en région**

Une seconde TECKNICOM® ACADEMY a ouvert ses portes à Lyon depuis septembre 2016. Sa particularité par rapport à l'école installée à Vitry-sur-Seine depuis 2012 ? C'est un « Avery Graphics Center », il en existe déjà dans plusieurs pays d'Europe (Royaume-Uni, Pays-Bas, Allemagne, Pologne, Bulgarie, Italie, Espagne, Portugal...), mais c'est le premier à ouvrir en France en exclusivité !

Nos formateurs se doivent de toujours rester à la pointe de la technologie. C'est dans cet objectif de perfectionnement et d'amélioration continue qu'AVERY DENNISON organise 2 fois par an une convention réunissant l'ensemble des formateurs d'Europe. L'occasion de tester les derniers produits et nouveautés, d'échanger sur leurs techniques de pose et expérience, ou tout simplement de discuter.

# LE WRAPPING EN GRAND !



**Voici le genre de projet qui en met plein les yeux.  
Pourquoi le total covering devrait-il uniquement  
être réservé aux véhicules ?**

Alors que nous pouvons également rendre unique les couleurs des bateaux qui naviguent sur nos côtes françaises et dans le monde ! Traditionnellement peints en blanc, ils se différencient via leur design et leurs formes parfois très complexes. Un support à fort potentiel et qui ne demande qu'à se différencier, mais dont les particularités rendent le travail de pose d'autant plus délicat...



Adhésif pour voiture ou adhésif pour bateau : pas de différence, la matière est la même, seule la technique de pose doit s'adapter. La durée de vie et la résistance sont bien là, ce que nous avons pu tester et vérifier avec l'habillage d'un yacht en 2012, qui a navigué durant 5 ans en eaux froides ou chaudes tout autour du monde. Quelques années après, le covering reste intact et toujours aussi beau.

Le total covering de bateau est en pleine expansion, les demandes se multiplient. Ce marché n'est d'ailleurs pas prêt de s'essouffler grâce aux nouvelles références de films adhésifs qui ne cessent de se développer.

C'est donc là un joli marché qui invitera les poseurs à travailler dans les plus beaux ports de France, obligatoirement en été pour réunir des conditions parfaites.

17

**Nos poseurs de la TECKNICOM®  
ACADEMY se sont déplacés dans  
les DOM-TOM pour une formation  
« A la carte ».**

Total covering d'un bateau de 44 pieds en Suprême Wrapping film bleu en Martinique. 3 jours de travail intensif dans des conditions très particulières cumulant de grosses chaleurs (38°C) et un fort taux d'humidité ! Mais le résultat en vaut la peine.



*Nous relevons  
tous les défis,  
même de taille !*

TECKNICOM® en profite pour continuer l'accroissement de son réseau de poseur jusqu'en dehors de la métropole.

# LE WRAPPING DE VOITURE, tout un art !



Les effets de matières, de couleurs, de motifs, de textures offrent un panel de possibilités époustouflant afin de laisser les créativités s'exprimer de manière unique et originale. En la laissant dans les mains de nos experts, chaque voiture peut devenir une exclusivité ! Bien sûr, pour obtenir un excellent résultat sans modifier la carrosserie, il faut choisir du matériel de qualité.

La nouvelle tendance à découvrir : le Film ColorFlow™ d'Avery Dennison®, un film avec des effets spéciaux : il change de couleur ! Ce nouveau support permet de créer des habillages de voitures dynamiques et changeants de couleur pour un rendu incroyablement unique. Sous l'effet de la lumière, un spectre de couleurs fluide transforme le véhicule en une véritable œuvre d'art.

Un rendu à couper le souffle et qui en éblouira plus d'un dans les rues.



## Histoire du Total Covering

La technique du total covering est apparue en France grâce à l'arrivée de nouvelles matières industrielles permettant l'application d'adhésif imprimé avec un visuel ou monochrome sur des carrosseries. Les professionnels ont donc profité de ces « espaces » pour communiquer dans le cadre d'opérations sportives ou commerciales événementielles et même permanentes. La mode du tuning automobile a aussi contribué à la notoriété de cette technique auprès d'un public passionné par la customisation de véhicules.

Les avantages du total covering sont multiples : protection de la carrosserie et de la peinture d'origine, décoration quasi parfaite et totale du véhicule, personnalisation originale (relooking) et changements illimités (contrairement à la peinture), masquage de la peinture d'origine, des rayures ou de la décoloration de la carrosserie.

## Les couleurs de l'année en peinture automobile

Pour la 6<sup>ème</sup> année consécutive, le blanc reste le leader mondial en matière de peinture automobile : en 2016, 37% des véhicules neufs dans le monde sont blancs. La priorité est donnée aux teintes neutres et discrètes : noir (18%) et gris (11%). Mais attention, les acheteurs choisissent ces coloris davantage par pragmatisme que par goût : une voiture de couleur sobre se revendra plus facilement.

Quel dommage de ne pas se faire plaisir... Heureusement, le wrapping est LA solution idéale pour les amateurs de personnalisation afin de sortir de l'ordinaire avec des teintes spéciales !

L'adhésif le plus vendu en 2016 pour le wrapping est le GRIS CHARCOAL.

# HISTOIRE DE TECKNICOM® UN RETOUR AUX ORIGINES

Le partage est l'essence même d'un « Tecknicom », c'est pour cela que nous voulons ici partager avec vous l'histoire de ce fabuleux projet et ses fondamentaux.

Au départ, il s'agissait de vouloir créer un réseau de poseurs afin de mettre en place une véritable force de déploiement national au service des clients d'HARPA. Un défi que de nombreuses sociétés se sont déjà lancé, qui nécessite pour réussir organisation, maitrise et rigueur, mais pas seulement...

Nos formations professionnelles à la pose d'adhésifs nous ont vite permis de comprendre qu'un réseau était avant tout constitué d'hommes et femmes. Oui, la technique est évidemment primordiale et incontournable, mais ce n'est pas tout... Quelques années d'expérience ont confirmé qu'une bonne communication était essentielle, que ce soit avec nos clients directs, avec les donneurs d'ordres ou avec

nos collaborateurs. Et c'est cette dominante que nous insufflons et qui fait partie intégrante de l'ADN des véritables poseurs.

Le comportement, l'attitude et les habitudes sont des détails qui feront toujours la différence. De nombreuses valeurs ont été intégrées à notre projet dès le début, elles en sont le socle, elles fédèrent et elles construisent notre réputation :

**la passion, l'innovation,  
le goût d'entreprendre,  
l'ouverture d'esprit, la quête de  
l'excellence, la responsabilité,  
l'intégrité, le respect,  
l'authenticité, l'écoute, la  
confiance, la proximité et la  
transparence.**

Ces valeurs sont inscrites dans le code génétique de Tecknicom®. Elles s'expriment dans le quotidien de toutes les équipes et tous les poseurs qui travaillent avec nous.

Il nous fallait alors trouver un terme capable de représenter ces poseurs qui chaque jour donnent le meilleur d'eux-mêmes, ont le désir d'apprendre dans un souci d'amélioration continue et qui nous permettent de mettre en œuvre et embellir ce que d'autres ont imaginé.

Finalement, quand la « technique » rencontre les valeurs de la « communication », cela donne un « Tecknicom® ».

L'ensemble de l'équipe Tecknicom® est fière de ces valeurs et s'engage à ne jamais s'en détacher.

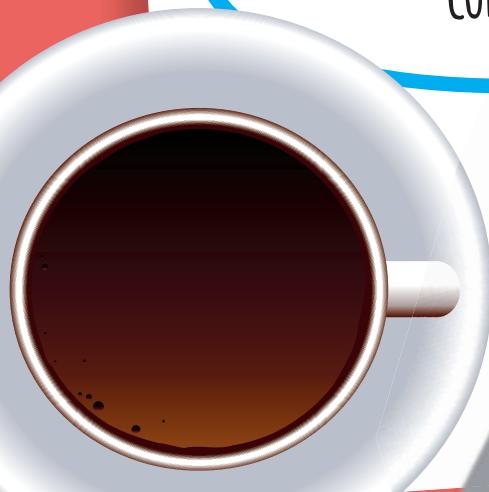
COMMUNIQUER EST UN DON NATUREL,  
CULTIVONS-LE.

**Technique** : du latin *technicus*, issu du grec ancien *tekhnikos* (« relatif à un art, à une technique ; industrieux ; habile ») dérivé de *tékhnē* (« art, industrie, habileté »).

**Communiquer** : du verbe latin *communicare*, qui veut dire « partager quelque chose, mettre en commun, faire part de, partager ».

respect  
égrégé  
écoute  
confiance

**RETROUVEZ-NOUS  
sur Facebook**  
“tecknicom.france” pour faire  
partie de la communauté des  
poseurs Tecknicom® et suivre  
nos actualités.



# LA TOUCHE FINALE



## Gamme de films muraux Avery Dennison® MPI™ 8000

Pour une décoration murale rapide, personnalisable et créative

### La gamme de films muraux (Wall Film)

d'Avery Dennison permet une flexibilité dans la création même pour les projets d'habillages imprimés de murs les plus ambitieux, avec trois nouvelles textures, une pose rapide et une imprimabilité performante et fiable.

Découvrez un nouveau spectre complet de possibilités de création, notamment des films imprimés avec des textures de toile canvas, de pierres et de stuc naturel. La large gamme d'adhésifs permet de créer une décoration murale en vinyle unique sur le court et le long terme dans des espaces d'accueil, des surfaces commerciales, des foires et bien plus encore. Les films peuvent être appliqués sans apprêt et l'opacité exceptionnelle garantit que le mur en dessous est complètement dissimulé. Les matériaux des films muraux permettent de transformer les espaces intérieurs plus facilement et offrent un rendu plus sublime que jamais.

### PRINCIPAUX AVANTAGES

- > Installation rapide, facile et propre. Pas besoin d'apprêt
- > Personnalisable : impression digitale avec des solvants, des solvants écologiques/doux, du latex et des encres UV
- > Plus de place à la créativité grâce aux films muraux texturés MPI 8726 digitaux
- > Un recouvrement intégral, des films plus épais et une excellente opacité
- > Adaptés à de nombreuses surfaces : large choix d'adhésifs puissants ou enlevables
- > Convient à la plupart des plateformes d'impression : largeur 1,37 m
- > Certificat de comportement au feu.

### PRINCIPAUX AVANTAGES

- > Décoration de magasin et graphiques de la marque sur les murs
- > Graphiques muraux en vinyle pour des espaces intérieurs commerciaux et d'accueil
- > Promotion lors de foire ou en magasin
- > Autres applications de décoration intérieure

