



Décorer les points de vente  
pour en faire des lieux de vie  
et de communication

- > Les actus du réseau : identifier, embellir, décorer
- > Une année avec la FFA
- > Les essentiels de la Tecknicom® Academy

DOSSIER SPÉCIAL :  
Quand le secteur culturel  
communique



# VOUS VOULEZ VOUS FORMER, VOUS PERFECTIONNER, VOUS SPÉCIALISER ? DÉCOUVREZ NOS NOUVEAUX ATELIERS AVERY DENNISON



## FORMATION "VITRES TEINTÉES"

Apprentissage des méthodes d'application d'un film solaire sur l'ensemble des vitrages du véhicule. Le film solaire AWF est thermoformable et conçu pour le teintage des vitres automobiles. Poser un film solaire, c'est avant tout se protéger des agressions extérieures (rayons UV), mais aussi optimiser la sécurité des passagers en cas de bris de glace.



## FORMATION "PAINT PROTECT FILM "

Apprentissage des méthodes d'application d'un film de protection transparent sur véhicule.

Le PPF permet d'offrir la meilleur protection à la peinture d'une carrosserie et protège le véhicule des agressions de la route : débris , graviers, insectes...

## INSCRIVEZ-VOUS ET DEVENEZ UN TECKNICOM

Poseur d'élite certifié par la Tecknicom Academy

[www.tecknicom.fr](http://www.tecknicom.fr) - [tecknicom@ioc-services.com](mailto:tecknicom@ioc-services.com) - 06 12 13 33 21

**PARIS :** 12 rue Gabriel Péri - 94400 Vitry-sur-Seine  
**LYON :** 13 boulevard Edmond Michelet - lot 27 - 69008 Lyon

Organisme référencé sur **DATADOCK**



La Tecknicom® Academy est une marque de la société IOC SERVICES - Groupe IOC  
[www.ioc-services.com](http://www.ioc-services.com) - [www.ioc-communication.com](http://www.ioc-communication.com)

# Sommaire

## LES ACTUALITÉS DU RÉSEAU

### Le covering

comme moyen d'identification ..... 4

### DARTY ET IOC SERVICES

Le camion comme nouveau relai de communication ..... 6

### L'embellissement

des centres commerciaux ..... 8

### Une année avec la FFA

Un accompagnement logistique complet, du stockage à l'installation ..... 10

### Nos idées

pour la décoration murale ..... 14

## DOSSIER SPÉCIAL

### Le secteur culturel communique :

la communication visuelle, un levier essentiel ..... 18

## TECKNICOM® ACADEMY

### La bonne idée

pour le covering ..... 23

### Les « essentiels »

du métier de la pose ..... 24

### Changer de véhicules sans en changer

ou comment en mettre plein la vue à moindre coût ..... 26

## HISTOIRE DE TECKNICOM®

Histoire d'y croire ..... 27

Photo couverture : Centre commercial des Armoiries - projet réalisé pour Wall-Tek.

Tecknicom® Magazine est un projet géré en interne par les salariés d'IOC SERVICES – Société du groupe IOC  
139-141 rue Léon Geffroy

94400 Vitry-sur-Seine

01 45 73 69 00

tecknicom@ioc-services.com

www.ioc-services.com

www.tecknicom.fr

www.ioc-communication.com

www.facebook.com/tecknicom.france/

Directeur de la Publication : Stéphane Barret

Rédactrice en chef : Jessica Locatelli

Contributeurs : Philippe Le Calve, Ababacar N'Diaye, Laurence Castanet, Stéphanie Lebouc, Edouard D'annoux, Lucile Thomas

Maquettiste : Lucile Thomas

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

# Édito



Stéphane BARRET  
Directeur Technique chez IOC SERVICES

**Depuis le 1er novembre, Harpa Affichage est devenu IOC SERVICES !** Cette évolution concrétise la stratégie au sein du groupe IOC qui se veut axée vers une offre de services complète autour de nos activités opérationnelles de communication, d'image ou événementielle, de la conception de votre projet à son déploiement. Notre offre de solutions et de services s'étoffe, notre identité visuelle fait peau neuve et notre organisation évolue pour toujours garantir à nos clients un accompagnement opérationnel et technique au plus proche de leurs projets et besoins.

Ce magazine se veut le reflet de l'étendue de nos services. Que ce soit pour accompagner la communication visuelle du secteur culturel qui est très exigeant, améliorer le cadre des centres commerciaux qui sont à la fois des lieux de vente et de vie, participer à l'identification des acteurs qui se doivent d'être reconnaissables en un coup d'œil et répondant à des codes précis, s'intégrer à l'organisation d'événements sportifs récurrents sur toute le France, aider les entreprises à faire de leurs lieux de travail et d'accueil des espaces de vie dynamiques et agréables, ou encore faire plaisir à des particuliers en habillant leurs véhicules.

Notre accompagnement des poseurs est également un sujet important et que nous ne négligeons pas, bien au contraire ! Notre école de formation se veut à la pointe de l'actualité avec notamment la mise en place de nouvelles formations. Mais également un suivi au quotidien de nos poseurs certifiés que nous conseillons et formons.



DEVIENT



# LE COVERING comme moyen d'identification



4

Utiliser le covering de véhicule pour permettre à des acteurs d'être identifiés instantanément et de mettre en avant leur image, tel est le travail qu'ont dû effectuer nos équipes pour les sapeurs-pompiers de l'Essonne et les bennes à ordures de Suez.



Covering sur les bennes à ordures Suez  
Projet réalisé avec T2S.

**Les équipes de Suez** optent pour une reconnaissance visuelle forte, colorée et graphique, et en profitent surtout pour diffuser les valeurs et missions du syndicat mixte pour la collecte et la valorisation des déchets « Azur » dont Suez est l'exploitant.

« Réparez pour réduire vos déchets », « Donnez pour réduire vos déchets », « Luttez contre les dépôts sauvages », « Compostez pour réduire vos déchets » : ce sont des messages de sensibilisation simples et efficaces qui accompagnent dorénavant les tournées de collecte des camions.

ee Triez pour mieux recycler

99



**Les sapeurs-pompiers**, eux, jouent sur la reconnaissance immédiate avec l'utilisation de la couleur rouge que l'inconscient collectif leur attribue. Bien qu'ils aient des tenues bleu foncé, c'est la couleur du liseré qui orne la couture de leur pantalon que nous avons tous en tête. Pourquoi ? Parce que leurs camions sont recouverts d'adhésifs colorés leur permettant d'être particulièrement identifiables. Outre le développement d'une identité visuelle forte, cet habillage caractéristique permet à nos sauveteurs de se frayer plus facilement un chemin lors de leur passage dans la foule ou encore d'être visibles jusqu'à 500 m. Cette visibilité à longue distance et dans tout environnement (nuit, pluie, etc.) leur est assurée grâce au covering technique réalisé avec un film adhésif à chevrons rouge/jaune constitué d'une technologie micropristmatique rétro-réfléchissante. Les micropristmes retournent la lumière à sa source d'origine à hauteur de 80%, fournissant ainsi une visibilité accrue pour la personne ou l'objet concerné. Ce sont des caractéristiques que l'on retrouve par exemple sur les panneaux ou cônes de signalisation.

## POINT ÉTYMOLOGIQUE

### Le terme de « sapeur-pompier » a toute une histoire.

*Sapeur* provient du Moyen-Âge. À l'époque, les réseaux de distribution d'eau n'existaient pas. Plutôt que de s'armer d'une lance à incendie pour affronter le feu, les pompiers avaient pour seule option la possibilité de « saper » les habitations. C'est-à-dire d'abattre les maisons par leurs fondations. Détruites à la hache, elles empêchaient alors le feu de monter dans les étages pour se propager. Le terme *pompier*, lui, n'est arrivé que par la suite. Au 17e siècle, les premières lances à incendie furent créées. Les pompes étaient à l'époque manuelles, poussant alors les pompiers à pomper à la main.



Camions des sapeurs-pompiers de l'Essonne - Projet réalisé avec T2S, fabricant de solutions pour la sécurité & la signalisation routière.

## Bon à savoir

D'après plusieurs études, il s'avère que la couleur rouge ne serait finalement pas si efficace que ça en cas de circulation abondante. C'est pourquoi les pompiers de Seine-et-Marne ont choisi d'habiller leurs camions avec la couleur « vert poisson » (celui du *Labrus Viridis*, un animal aquatique méditerranéen) depuis le début de l'année 2018. D'ici un an, si le test est concluant, nous pourrions voir l'ensemble de nos camions français relookés à la couleur de ce petit poisson.

# DARTY ET IOC SERVICES

## Le camion comme nouveau relai de communication

Depuis juin 2018, le groupe FNAC-DARTY fait le pari que sa flotte de camions de livraison en cycle urbain (dans les rues de Paris et la région parisienne) est un véritable levier pour relayer efficacement les actions de communication et générer du trafic, notamment en magasin.

En 2018, ce sont 40 camions "City" équipés avec le système breveté TRAXX® qui ont été intégrés au cœur de leur stratégie de communication.

Chaque camion est « habillé » d'une nouvelle campagne de communication en moins d'une heure, ce qui se révèle particulièrement adapté pour coller aux exigences d'opérations promotionnelles. C'est l'opportunité de rythmer des campagnes de courte ou moyenne durée en toute flexibilité, tout en faisant partie intégrante d'un plan promotionnel multi-supports.

« NOS CAMIONS "CITY" DE LIVRAISON CROISENT CHAQUE JOUR DES MILLIERS DE CLIENTS ET PROSPECTS. AVEC LA SOLUTION PROPOSÉE PAR IOC SERVICES, CETTE FLOTTE PEUT DEVENIR UN IMPORTANT RELAI DE VISIBILITÉ DE NOS CAMPAGNES OMNICANALES ET BOOSTER LES VENTES DE NOS MARQUES. ET NOUS MAITRISONS LEURS CIRCUITS... »

Grégory Mialhe, Responsable marketing  
FNAC DARTY

« LA GESTION ET COORDINATION DU PROJET PAR L'ÉQUIPE IOC SERVICES ONT PERMIS UN RENDU DE QUALITÉ EN UN TEMPS RECORD. LE SYSTEME TRAXX® EST UNE VRAIE RÉVOLUTION POUR LES FLOTTES DE CAMIONS, SURTOUT EN CYCLE URBAIN. »

Richard Plisson, Directeur de la livraison Paris IDF  
FNAC DARTY

Un cadre en aluminium réalisé sur mesure.





- **Une opération de visibilité**, « Coup d'envoi sur les promos » en partenariat avec MICROSOFT et INTEL d'une durée d'un mois.

- **Deux campagnes promotionnelles** en partenariat avec SAMSUNG. L'une concernant le remboursement sur les lave-linge, la seconde sur le téléphone Galaxy Note 9.

- **Une opération institutionnelle** mettant en avant leurs services d'après-vente, de livraison et d'installation.

Ces derniers mois, Darty a donc alterné des opérations de co-branding avec des marques et des campagnes de communication corporate.



**Le système TRAXX®, une solution de communication flexible et écologique.** Parce que l'éco-responsabilité est importante pour tous : les bâches sont recyclables ou soigneusement conservées pour être réutilisées tout au long de l'année en alternance avec des campagnes événementielles !

## CHEZ IOC SERVICES, DÉS QU'ON POSE, ON RECYCLE !

Quelque soit le projet ou support, nous prenons en charge la récupération des matières afin de les rapatrier dans nos ateliers. Les supports sont triés pour suivre des cycles de traitement et valorisation différents et agréés – non polluants. Selon leurs compositions, les matières sont recyclées ou détruites. Nous sommes en veille permanente sur toute nouvelle solution de recyclage ou réutilisation de ces matières.



## L'EMBELLISSEMENT des centres commerciaux

### Le lieu de vente devient un lieu de communication

Centres commerciaux de centre-ville ou de périphérie, villages de marques, retail parks, rues commerçantes... ces zones sont de véritables acteurs en mouvement. C'est un secteur dynamique qui évolue et innove. Leur challenge aujourd'hui ? Faire de ces lieux de passage des lieux de vie dynamiques, où l'on se sent bien et aussi où l'on a envie de revenir, afin d'augmenter le taux de visites et donc d'achats. C'est pour cela qu'ils ont besoin de communiquer auprès du grand public sur leurs activités, boutiques et sortir des sentiers battus pour gagner en attractivité.



Dépose et pose d'un vinyle grand format. Projet réalisé pour Wall-Tek, inventeur de la palissade modulaire pour les centres commerciaux et de nombreuses autres solutions dédiées.

**800**

**centres commerciaux**

Des regroupements de points de vente dans un même lieu conçu, développé, détenu et promu comme une seule entité.



**127**

**milliards d'€ de CA**

Le centre commercial est en tête des préférences shopping.





## Bienvenue à

### « Les Armoires Shopping Centre » !

C'est le premier exemplaire en France d'espace commercial développé, conçu et commercialisé par Inter Ikea Centre Group, filiale foncière internationale de l'enseigne, et implanté à Bry-sur-Marne face à un magasin Ikea - en 2011.

Conçu dans l'esprit d'une rue piétonne, sur un concept « Family Friendly », ce site à ciel ouvert propose un concept assez novateur avec la volonté d'offrir une atmosphère conviviale et dépaysante au cœur du bouillonnement de la ville. Espaces verts, restaurants et terrasses, un pôle bien-être et loisirs, c'est un bel endroit pour faire du shopping en famille ou entre amis.



Malgré un concept séduisant, la concurrence est rude et depuis l'ouverture les enseignes baissent leurs rideaux les unes après les autres. La solution pour maintenir le dynamisme du centre ? La création de boutiques éphémères ou pop-up stores. Mais en attendant l'arrivée des prochaines enseignes, les vitrines ne sont pas laissées à l'abandon, elles sont habillées d'une palissade recouverte entièrement de vinyle imprimé avec des décors en trompe l'œil pour préserver l'ambiance et l'attractivité des lieux. Ces décors originaux sont une belle façon de conserver l'esthétisme du centre.

**2**

**milliards de visites par an**

1 français sur 2 considère le centre commercial comme un lieu de sortie et associe ce dernier aux loisirs.



**560**

**emplois par centre commercial**

Une forte contribution au dynamisme des villes.





## UNE ANNÉE AVEC LA FFA

# Un accompagnement logistique complet, du stockage à l'installation.



10

1. Zone mixte pour les interviews des athlètes. 2. Arche gonflable, les logos des sponsors sont imprimés sur bâche et fixés grâce à des bandes velcros, ce qui permet de réutiliser la même arche pour plusieurs courses.

Depuis maintenant près de 10 ans, nous accompagnons la Fédération Française d'Athlétisme (FFA) dans l'installation de 15 rendez-vous sportifs par an en France métropolitaine. Championnats de France, meetings, trails, semi-marathons... nous mettons toutes nos compétences techniques et logistiques en œuvre. Notre rôle ? Habiller le lieu aux couleurs de la FFA et de l'évènement : zones mixtes pour les interviews des athlètes, barrières événementielles, arches de départ et d'arrivée, habillages de podium, zones podium, habillages de stades et tribunes, bâches, panneaux d'Akylux, potences, tapis d'arrivée...

Pour une logistique maîtrisée, nous stockons chez nous l'ensemble du matériel réutilisé, nous gérons le transport par poids lourds, ainsi que l'installation des lieux de départ, jalons et arrivée. Pour chaque évènement, il faut compter environ 1 à 2 jours de montage et 1 jour de démontage mobilisant 2 à 4 techniciens selon l'ampleur de l'évènement. Week-end, jours fériés, nuits... rien ne fait peur à notre équipe de choc ! Levés à 2h pour les trails matinaux, couchés à 22h pour les courses à rallonge, il leur faut même parfois gérer plusieurs évènements le même jour.





Les mois de juin et juillet sont particulièrement chargés et nos équipes s'affairent aux quatre coins de la France : Albi, Montgenèvre, Marseille, Nancy... Les journées sont bien remplies et l'organisation optimisée. Pour une course par exemple, une fois que tous les participants ont passé la ligne de départ, la zone est démontée alors que les points d'arrivées sont déjà en place et seront démontés à la fin de l'événement.



*Ababacar, un de nos poseurs posant sur une zone de départ.*



**3. Zone d'arrivée, barrières événementielles et habillage de stades et tribunes.** **4. Arche d'arrivée - Structure en aluminium recouverte de panneaux Akylux**



*Zone mixte pour les interviews.*



*Arche d'arrivée - structure en aluminium recouverte de panneaux Akylux.*

## Quelle signalétique est déployée temporairement pour un évènement sportif ?

La signalétique directionnelle va permettre de gérer le sens de circulation du public dans le lieu et indiquer les différentes zones (entrée, sortie, stade, buvette, gradins...), alors que la signalétique informative donne des informations sur l'évènement ou sur le lieu (nom du lieu ou de l'évènement, dates, résultats...).

Certains supports peuvent être à usage régulier et ressortis à chaque fois (le nom de l'évènement, le logo de l'organisateur...) mais d'autres seront à usage unique (s'il y a une date par exemple).



Zone d'arrivée - Barrières évènementielles.

Mais il faut s'adapter aux spécificités de chaque lieu et faire face à certaines contraintes. Il est par exemple parfois interdit de commencer l'installation la veille, tout doit donc être monté le matin même en un temps record. Il faut également faire avec la météo : dans certains cas, une arche montée la veille peut ne pas tenir face aux intempéries de la nuit et doit être réinstallée à toute hâte le matin. Dans d'autres, le vent et la pluie ne permettent pas de pouvoir démonter les arches ce qui nécessite une surveillance accrue avant que le temps ne se calme... Il faut également faire avec les souhaits de dernière minute du client, une fois tout installé, la décision peut être prise de réorganiser les espaces. Heureusement, nos équipes ont l'habitude, s'adaptent avec brio et réactivité (et avec le sourire!).

Que ce soit pour une rencontre indoor ou outdoor, nationale ou internationale, un évènement sportif est idéal pour mettre en scène une identité visuelle. Encore mieux si les médias sont présents pour découpler cette visibilité dans la presse, à la télévision, etc.



## Notre Planning

### Février

Meeting de Paris Indoor  
Paris Bercy

### Mars

Championnats de France de Cross-country & Entreprise  
Plouay

### Avril

Championnats de France de Marathon  
Albi

### Juin

Challenge du Monde des Grandes Ecoles  
Paris Charléty

Meeting pro Athlé Tour EA Classic  
Marseille

Championnats de France de 10 km & Entreprise  
Lens Liévin

Meeting pro Athlé Tour EA Classic  
Nancy

### JUILLET

Championnats de France Elite  
Albi

Championnats de France de Trail  
Montgenèvre

Championnats de France Espoirs & Coupe de France des Ligues Minimes + 20 km marche  
Niort

Meeting pro Athlé Tour EA Classic  
Sotteville

Championnats de France Cadets & Juniors - Evry  
Bondoufle

### OCTOBRE

Gapen'Cimes  
Gap

Championnats de France de Semi-marathon  
Saint-Omer

### NOVEMBRE

Championnats de France d'Ekiden & Entreprise  
Paris



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](http://www.spandex.fr)

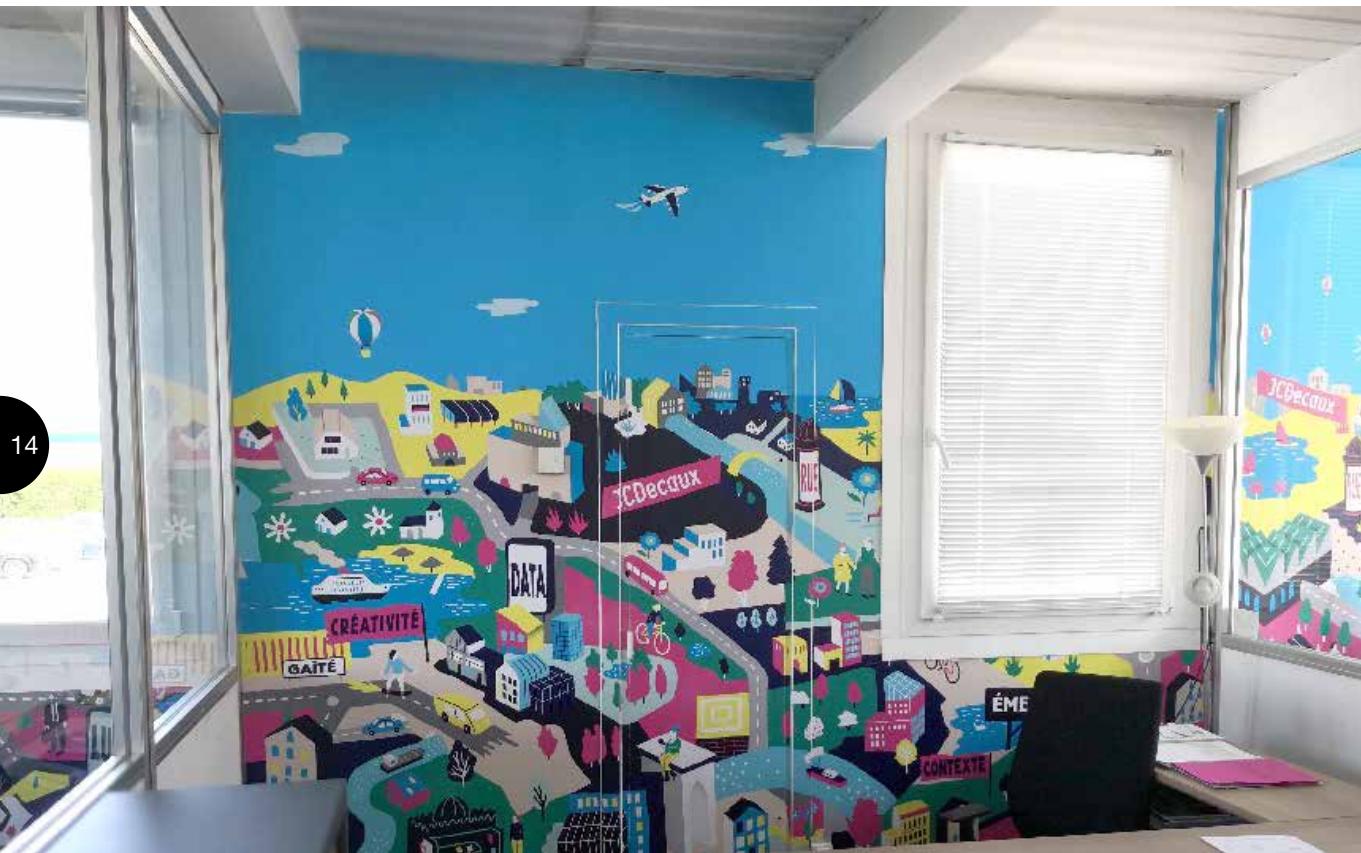




## NOS IDÉES pour la décoration murale

Habiller les murs de vos lieux de vie ou points de vente

14



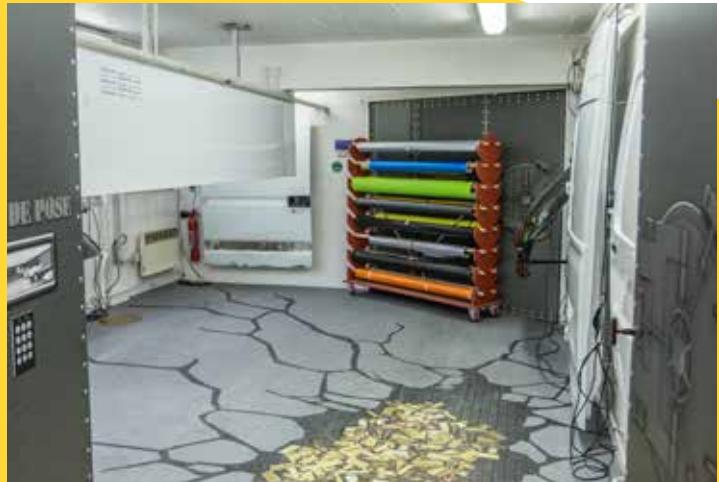
*Open space commercial de JC DECAUX à Saint-Priest (69) - Panneaux Dibond imprimés et laminés sous les fenêtres, toile Biotex imprimée et collée sur les murs, vinyle dépoli gris frosted pour les décors imitation sérigraphie des vitrages de bureau - Projet réalisé avec IOC PRINT.*

**Pour faire bouger sa déco ou dynamiser sa communication visuelle, on joue avec les murs ! Et les idées ne manquent pas pour les habiller. Les techniques d'impression actuelles offrent de nombreuses possibilités de personnalisation grand format. Photos, graphismes, effet matières... il suffit d'un peu de créativité pour se démarquer et rendre ses locaux uniques.**



Attention, il faut choisir un habillage adapté, selon l'état du mur à recouvrir (certaines techniques permettent d'éviter des travaux de préparation), la dimension de votre pièce et sa configuration (avec des angles ou arrondis). Papiers peints, adhésifs (à choisir en fonction du substrat et de la durabilité voulue), toiles tendues sur cadre ou profil, bâches ou textiles collés... Les matériaux écologiques également sont à la mode, vous pouvez par exemple opter pour un mur en liège pour épingle vos idées et rendre l'espace dynamique et accueillant. Et pour un espace en perpétuelle évolution, pourquoi pas un mur réinscriptible de type Velleda ?

**A la  
Tecknicom  
Academy  
aussi, on  
soigne notre  
intérieur.**



Centre de formation, Vitry-sur-Seine (94)

## La décoration murale du Groupe IOC

Pour le réaménagement de notre siège social, nous avons souhaité créer deux espaces à la disposition de nos clients. Deux salles pour deux ambiances. L'une est plus cooconing pour ceux qui souhaitent profiter d'une ambiance cosy et de son mur d'expression. La seconde est un espace working avec son mur oscillant entre inspiration et suggestion.



## Salle working

Lés de liège, adhésif imprimé sur mur, adhésif microperforé sur vitres.



**Vous souhaitez décorer vos bureaux en toute autonomie ?**

Faites le choix de la simplicité en communiquant ou décorant vos murs avec des kakémonos que vous pouvez installer et changer vous-même ! Une bonne idée également pour cacher les imperfections de vos murs...





## Salle cocooning

Panneaux en Dibond Velleda, adhésif imprimé sur mur.



*Kakémonos suspendus interchangeables. Impression sur PVC 300µ mat, baguettage haut et bas, système d'accroche (crochet adhésif de plafond en plastique + tiges de suspension à ressort extensible avec double crochet).*

Alors, vous êtes inspirés pour habiller vos murs à votre image ?



# Le secteur culturel commun la communication visuelle, un levier de

**Dans tous les domaines, la communication est un véritable outil de séduction dont l'objectif est d'apporter de la visibilité et augmenter le nombre de consommateurs ou l'audience. Dans le cadre culturel, l'objectif est de développer le public.**

Aujourd'hui, les organismes, associations et institutions culturelles doivent se développer,

quels que soient leurs tailles, publics ou budgets. Théâtres, cinémas, salles de concert, de musique, de danse, musées, galeries, festivals, évènements culturels ou artistiques, cinémas, médias culturels... ils doivent se faire connaître, gagner en notoriété, fidéliser et attirer de nouveaux publics.

Bien qu'aujourd'hui la communication on-line prenne une part importante, les supports imprimés restent incontournables, notamment in-situ !

***En France, les lieux de création, de conservation et de diffusion de l'art, du patrimoine et de la culture sont multiples :***



Source : « Statistiques de la culture et de la communication - Chiffres clés 2018 »  
Co-édité par le Ministère de la culture, Département des études, de la prospective et des statistiques et les Presses de Sciences Po

# FOCUS

sur la communication  
d'un musée



## ique : essentiel



Signalétique extérieure du Musée de l'Homme - Impression et pose de bâches, kakémonos et toiles en façade avec nacelle - Projet réalisé avec IOC PRINT.

19

### La fonction principale d'un musée ?

Accueillir un public varié en âges et cultures, connaisseur ou novice, individuel ou en groupe. La communication est alors un levier essentiel pour les musées qui sont aujourd'hui confrontés à des visiteurs de plus en plus exigeants et à une concurrence dense.

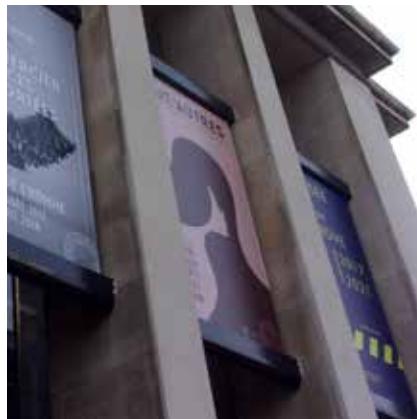
L'identité visuelle est déclinable à différents lieux et moments de contact avec le visiteur et bien avant la porte d'entrée :

> **Affichage urbain** pour annoncer les expositions et susciter de l'envie (rues, métro, bus...).

> **Signalétique extérieure** pour orienter le visiteur jusqu'à l'entrée (enseigne, panneaux d'orientation, bâches, kakémonos...).

> **Signalétique intérieure**, dans le hall d'accueil mais également dans les salles d'exposition (panneaux d'informations et d'orientation, adhésivage au sol...).

> **Habillement** de la boutique de souvenirs du musée...



Et dans ce domaine très exigeant, la qualité d'impression et d'installation est primordiale !



Le Muséum National d'Histoire Naturelle (MNHN) est un établissement français de recherche et de diffusion de la culture scientifique naturaliste fondé en 1793, c'est l'un des plus anciens établissements mondiaux de ce type. Son originalité ? Il est composé de 13 sites distincts, donc 4 à Paris : le Jardin des Plantes, l'Institut de paléontologie humaine, le musée de l'Homme et le parc zoologique de Paris. Alors que la tendance est à la baisse chez les musées parisiens, l'ensemble des sites payants du Museum a accueilli 2,78 millions de visiteurs en 2017, soit une hausse de + 5 % VS 2016. **En partie grâce à la qualité de leur communication extérieure peut-être ?**

**Facteur d'attractivité et de richesse,** la culture attire les touristes français et étrangers et contribue pour 2,2 % au produit intérieur brut.



## Le camion qui bulle, pour une pause culturelle sur la plage

Durant l'été, « Le camion qui bulle », véritable bibliothèque ambulante, s'est lancé sur les plages de France. C'est un projet d'animations festif, culturel et éducatif qui a pour objectif de promouvoir la bande dessinée. Soutenu par le ministère de la Culture, cet événement a été initié en 2017 par Média Diffusion (groupe d'édition Média Participations : Dargaud, Le Lombard, Kana, Dupuis...) et réalisé en partenariat avec « Partir en livre », la grande fête du livre pour la jeunesse organisée par le CNL (Centre national du livre), et France Télévisions. Une très bonne idée pour mettre à l'honneur les grands classiques et les nouveaux héros de la bande dessinée en dehors du cadre habituel des librairies ou bibliothèques ! Pour accompagner cette opération de visibilité culturelle, il fallait bien un camion « visuel » entièrement décoré aux couleurs des héros de BD !



Pour ce projet, ScanJet nous a confié l'habillage du camion en covering.

## LE SAVIEZ- VOUS ?

En 1934, Henri Filipacchi (créateur du « Livre de poche » en 1953), « libraire itinérant », sillonnait déjà les campagnes et les plages françaises au volant de son camion transformé en « Bibliobus » afin de développer l'accès aux livres.

# FOCUS

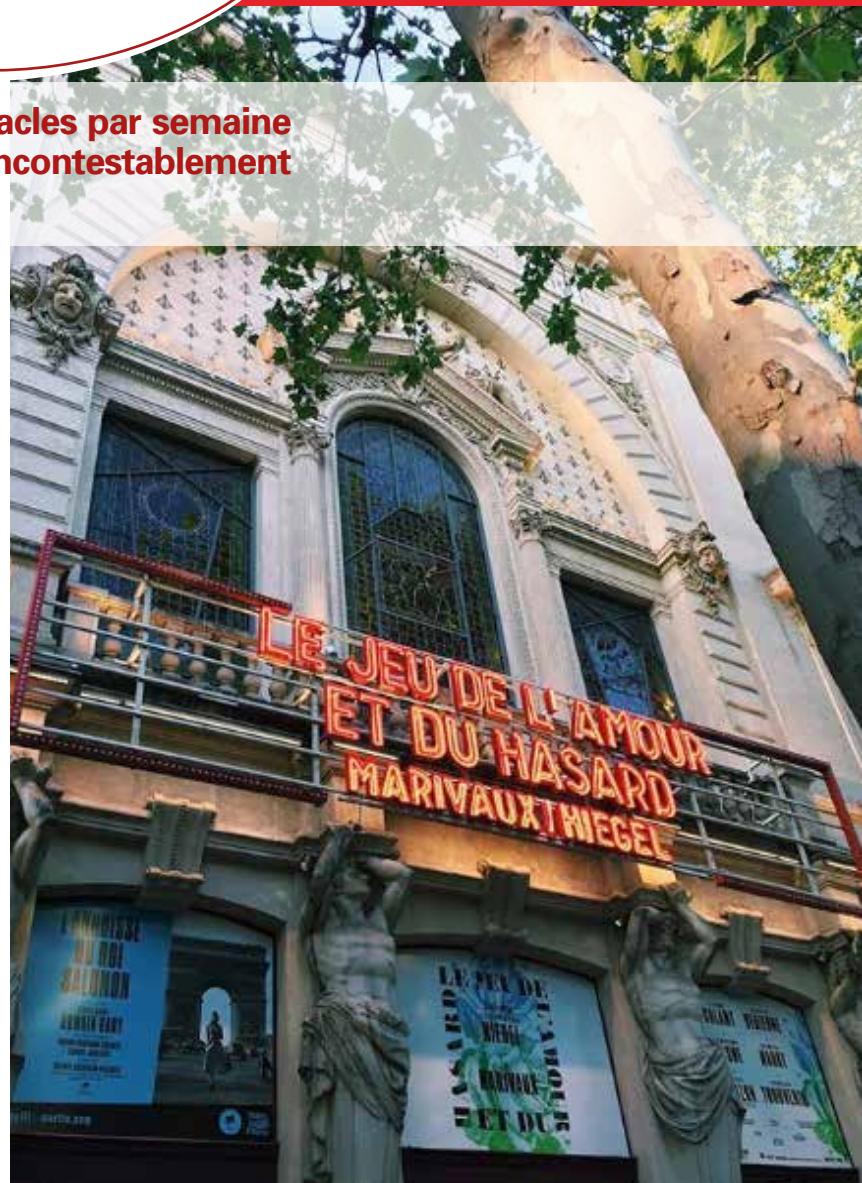


sur la communication d'un théâtre

**Avec près de 300 spectacles par semaine et 130 salles, Paris est incontestablement la capitale du théâtre.**

Créé en 1781, le Théâtre de la Porte Saint-Martin a accueilli des pièces à succès pendant des décennies, et se distingue encore aujourd'hui par sa programmation populaire, créative, éclectique et toujours exigeante. A chaque nouvelle pièce, nous les accompagnons pour l'impression sur adhésif des visuels des représentations à l'affiche et la pose à l'entrée du bâtiment. Cette communication visuelle est harmonieusement intégrée à la façade de ce superbe bâtiment du 18ème siècle classé aux Monuments Historiques. Un atout architectural qui offre au musée une belle visibilité ! Et même sur Internet : des photos de la façade, de son enseigne et de ses affiches sont régulièrement postées sur les réseaux sociaux pour encore plus de visibilité...

**Une belle communication visuelle sur site est indispensable.**



*Impression et pose d'adhésifs avec IOC PRINT*



**RENDEZ-VOUS** au 18 Boulevard Saint-Martin, 75010 Paris

# LA BONNE IDÉE pour le covering

Depuis plus de 50 ans, STEINEL est pionnier en matière de pistolets à air chaud et à colle chaude et propose, entre autres, des outils dédiés aux professionnels du car wrapping. La marque explique son succès par la qualité de ses innovations, et il est vrai que certains outils s'avèrent très utiles et facilitateurs au quotidien. La précision, la longue durée de vie et la fonctionnalité durable sont les critères de qualité qui distinguent les produits STEINEL et qui leur ont assuré un tel succès.

**Focus sur le Carwrapper set Via HG 2120 E,** l'expert en matière de films de pelliculage pour les véhicules. Ceux qui appliquent un film ont essentiellement besoin de deux choses : de la place et connaître la température précise. C'est pourquoi ce pistolet à air chaud est disponible sous forme de kit avec un câble de 7,5 m et un scanner de thermodétection. La combinaison parfaite pour les professionnels du covering automobile : une utilisation idéale d'une seule main, plus de liberté de mouvement et moins de risques de brûlures.



## ASTUCE

Pour tous les films coulés 3D, une fois la première chauffe réalisée pour le positionnement sur les déformations fortes, une réchauffe à 90°C est obligatoire afin de fixer la mémoire de forme du vinyle sur son substrat. Avec cet outil 2 en 1, Steinel révolutionne donc le concept ! Mais attention tout de même, si le décapeur thermique lié au thermomètre classique nous évite plusieurs manipulations, il faut quand même contrôler le flux de chaleur en respectant la procédure : **je chauffe, j'éteins mon pistolet puis je contrôle.** Alors que si vous faites l'erreur de contrôler tout en chauffant, la température montera vite mais n'atteindra jamais les 90°C, seule obligation pour valider une pose de manière optimale.

## Pour les novices :

Mais à quoi sert un pistolet à air chaud ?

> Le pistolet à air chaud permet **d'activer les adhésifs** !

L'air chaud augmente le temps de prise des adhésifs ce qui permet de faciliter une pose sur des surfaces importantes mais la chaleur du pistolet est également nécessaire lorsque vous souhaitez retirer ce dernier.

> Le pistolet à air chaud permet **de modular les adhésifs** !

Lors d'une pose sur surface incurvée (comme lors d'un covering de véhicule, par exemple), il est nécessaire de chauffer le film pour pouvoir l'étirer et lui faire adopter la forme parfaite.

> Le pistolet à air chaud, **efficient également avec le papier peint** !

Pour détacher des papiers peints, il suffit parfois seulement de les mouiller. Mais certaines parties peuvent être récalcitrantes... La solution ? Pointer votre pistolet dessus, la chaleur humide éliminera les restes de colles les plus résistants.

# “LES ESSENTIELS” du métier de la pose

Une formation pour ceux qui veulent en savoir plus sur les contraintes techniques de pose

**Vous baignez déjà dans l'univers de la communication visuelle, du covering, de la rénovation, de l'habillage de magasin. Vous commandez ou pilotez régulièrement des projets nécessitant des prestations de pose. Mais vous voulez mieux comprendre les contraintes techniques pour être plus efficace ? Nous avons une vraie réponse adaptée pour vous former !**

## 5 BONNES RAISONS DE PARTICIPER À UNE FORMATION OU DE FORMER VOS ÉQUIPES

- > Pour être à l'aise avec le choix du bon adhésif pour la bonne utilisation.
- > Pour connaître les contraintes techniques, pouvoir les anticiper et en tenir compte dans votre planning.
- > Pour comprendre pourquoi réaliser un bon survey et être plus efficace dans la planification d'une pose.
- > Pour apprendre le bon vocabulaire, les bons outils et avoir des échanges avec les poseurs plus constructifs.
- > Pour être plus à l'aise au quotidien et avoir une approche terrain réaliste et mieux appréhendée.



## 1 SUIVI PERSONNALISÉ

Suivre une formation à la TECKNICOM® ACADEMY, c'est l'assurance de :

- > Bénéficier de formations concrètes et pédagogiques réalisées par des professionnels du métier de la pose. Stéphane, Denis et Stéphanie sont applicateurs pour les chantiers les plus pointus des clients d'IOC SERVICES. Au plus proche du terrain, ils sont quotidiennement en relation avec les clients et les poseurs.
- > Suivre une formation dont la qualité, l'efficacité et la cohérence ont été validées à la fois par les acteurs du marché et par les organismes financeurs.
- > Avoir un véritable suivi personnalisé, une montée en compétences et une validation de vos acquis. Même après la formation, nous restons en contact sur le long terme pour vous aider dans vos problématiques et vous faire bénéficier de notre expertise.
- > Profiter de conseils pour financer votre formation. Nos formations sont référencées sur Data Dock, la plateforme de référencement des organismes de formation répondant aux critères de qualité définis par la loi. Nous prenons en charge le volet administratif des relations avec les prescripteurs et OPCA et les demandes de financements sont facilitées.

# FORMATION “LES ESSENTIELS”

## Version Light - 1/2 journée

**Objectif :** appréhender les éléments clés liés à un projet de pose performant

- Incidence du survey, de l'environnement et des conditions climatiques sur la pose.
- Présentation des différents films adhésifs et de leurs spécificités (dépoli, monomère, polymère, coulé, VCR, micro-perforé).
- Présentation du matériel de pose et des produits pour préparation des surfaces.
- Différents supports et techniques de pose appropriées (pose à sec, pose en humide).
- Information sur la sécurité du technicien et du site.
- Méthodologie d'intervention.

## Version Full - 1 jour

**Objectif :** mieux comprendre les éléments clés liés à un projet de pose performant en mixant théorie et pratique

- Mise en application des différentes techniques expliquées lors de la partie théorique et démonstration par le formateur.
- Préparation du matériel et des surfaces à adhésiver.
- Technique de pose à sec – technique de pose à l'eau.
- Pose de lettres découpées, sous tape.
- Positionnement de lés imprimés avec raccord.
- Réalisation des coupes et finitions.
- Réalisation d'un raccord tapissier.

## Version à la carte

Vous avez des besoins très précis ? Un projet concret pour lequel vous voulez gagner en autonomie ? Vous souhaitez former vos équipes de vente pour les rendre autonomes sur des besoins récurrents de votre entreprise ? Nous construirons un programme sur mesure pour vos équipes, adapté au niveau et au profil de chacun, en groupe ou individuel, dans nos locaux (Paris / Lyon) ou in-situ (dans vos locaux, sur vos lieux de vente ou chantiers), en one-shot ou pour un suivi à long terme.

**TOUT PUBLIC** - Aucun prérequis demandé



**Version full =**  
1/2 j. théorique +  
1/2 j. pratique

## Chez IOC SERVICES,

ce sont chaque année plus de  
**3 400** commandes de prestations de  
pose effectuées pour près de  
**300** clients.

**Qui pourrait être mieux placé pour vous conseiller et vous former ?**

En 2017 : **105** élèves ont été formés  
par la Tecknicom® Academy.

Depuis 2013 : plus de **387**  
professionnels ont bénéficié de nos  
formations.

# CHANGER DE VÉHICULE SANS EN CHANGER ou comment en mettre plein la vue à moindre coût

Pas de doute, le covering est une alternative sérieuse à la peinture traditionnelle. Adopté par les particuliers à la recherche d'originalité et d'exclusivité, il suffit aujourd'hui de laisser sa voiture entre des mains expertes pour personnaliser son véhicule, changer son look, sa couleur (mat, brillant), ses motifs (effet carbone, effet cuir), ou encore réaliser une décoration unique impossible à reproduire à la peinture. Le rendu ressemble à s'y méprendre à une carrosserie d'origine !

C'est d'ailleurs pour cette qualité visuelle que même les propriétaires de voiture de luxe se laissent séduire. Encore mieux : un covering total coûte moins cher qu'une peinture. Besoin d'un argument supplémentaire ? C'est réversible : l'adhésif peut être enlevé ou changé jusqu'à huit ans après, sans aucune altération sur la carrosserie d'origine.

## Jusque dans les airs !

Qu'ils roulent, glissent, flottent, volent... tous les moyens de transport ont le droit de changer de style ! Pour un avion par exemple, hormis des formes légèrement plus complexes et un projet plus étonnant, l'adhésif utilisé est le même que pour une voiture, prévu pour une tenue optimale dans le temps.



Covering d'avion F-GNJK.



Covering d'une Passat Quattro 190 - R-line

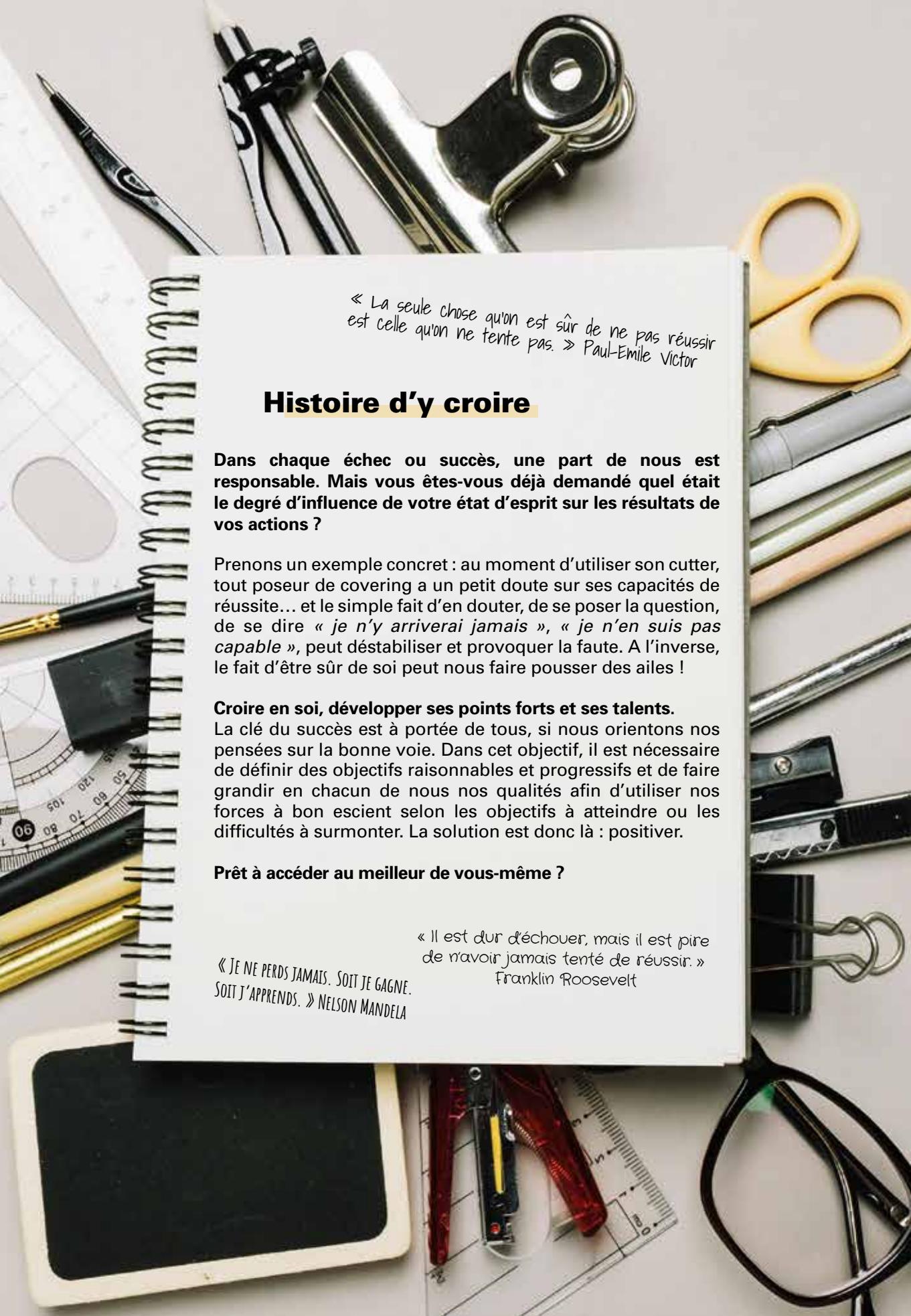
### LE SAVIEZ-VOUS ?

Le covering étant un film « interchangeable », contrairement à une peinture « durable », la loi ne vous demande pas de déclarer ce changement auprès de la Préfecture et de mettre à jour votre carte grise si vous métamorphosez votre véhicule ! Il vous suffit simplement de déclarer votre covering comme un équipement auprès de votre assurance.



### Bon à savoir :

Pas besoin de changer ses habitudes en ce qui concerne le lavage : station à haute pression ou rouleaux automatiques (attention, ce n'est toutefois pas recommandé sur le long terme pour éviter les micro-rayures, comme sur de la peinture).



« La seule chose qu'on est sûr de ne pas réussir est celle qu'on ne tente pas. » Paul-Emile Victor

## Histoire d'y croire

Dans chaque échec ou succès, une part de nous est responsable. Mais vous êtes-vous déjà demandé quel était le degré d'influence de votre état d'esprit sur les résultats de vos actions ?

Prenons un exemple concret : au moment d'utiliser son cutter, tout poseur de covering a un petit doute sur ses capacités de réussite... et le simple fait d'en douter, de se poser la question, de se dire « je n'y arriverai jamais », « je n'en suis pas capable », peut déstabiliser et provoquer la faute. A l'inverse, le fait d'être sûr de soi peut nous faire pousser des ailes !

### Croire en soi, développer ses points forts et ses talents.

La clé du succès est à portée de tous, si nous orientons nos pensées sur la bonne voie. Dans cet objectif, il est nécessaire de définir des objectifs raisonnables et progressifs et de faire grandir en chacun de nous nos qualités afin d'utiliser nos forces à bon escient selon les objectifs à atteindre ou les difficultés à surmonter. La solution est donc là : positiver.

### Prêt à accéder au meilleur de vous-même ?

« Il est dur d'échouer, mais il est pire de n'avoir jamais tenté de réussir. »  
Franklin Roosevelt  
« JE NE PERDS JAMAIS. SOIT JE GAGNE.  
SOIT J'APPRENDS. » NELSON MANDELA

DÉPLOYEZ  
VOTRE IMAGE

AVEC



SERVICES

Le nouveau nom d'HARPA AFFICHAGE  
*Société du groupe IOC*



**IOC-SERVICES.COM**

AU SERVICE DE LA MISE EN VALEUR DE VOTRE IMAGE  
PILOTAGE . DÉPLOIEMENT . INSTALLATION . REPORTING

**Société certifiée ISO 9001**



COMMUNIQUEZ  
EN GRAND  
AVEC



HABILLEZ  
ET ANIMEZ VOS  
POINTS DE VENTE  
AVEC



DÉPLOYEZ  
VOTRE IMAGE  
AVEC

