



Polyexpo

Recréer un univers de marque

Construire une communication visuelle adaptée puis la fabriquer, l'imprimer et la poser avec toute sa créativité, c'est la valeur ajoutée de Polyexpo.



Polyexpo, spécialisée dans les solutions de communication visuelle, d'agencement et de visual merchandising pour les points de vente, est installée en proche banlieue parisienne à Verrières-le-Buisson (Essonne). En avril 2013, après plus de six mois de partage de connaissances et d'expériences avec l'équipe, Éric Chaboche, issu du monde de l'emballage, rachète l'entreprise. « *La valeur ajoutée marketing et commerciale de l'entreprise m'a séduit. J'ai été "emballé" par ce métier où il faut toujours se remettre en cause, être créatif au quotidien. Dans ce secteur, la qualité des hommes couplée à un parc machines pertinent fait la différence.* »



Éric Chaboche

Depuis une vingtaine d'années, le savoir-faire et la capacité de Polyexpo à respecter l'identité des marques sont principalement mis à la disposition des secteurs de l'horlogerie-joaillerie, de l'optique, de la parfumerie et du prêt-à-porter. « *L'entreprise est organisée autour de cinq départements qui vont travailler successivement et avec la plus grande*

attention à chacune des étapes afin de comprendre, créer, imprimer, fabriquer et poser. Cette organisation totalement intégrée garantit la qualité du résultat final. » Concrètement Polyexpo, qui ne travaille que pour le luxe et le premium, part de l'image de la marque, de la charte graphique existante. Sa compétence est de l'adapter, tout en respectant parfaitement, à une déclinaison vitrine (intérieur ou extérieur), à un comptoir ou à une PLV installés dans la boutique avec ses spécificités d'espace, d'organisation, etc. « Autrement dit, être force de proposition grâce à une équipe au top techniquement mais qui, en plus, ne manque ni d'imagination, ni de créativité, ni d'astuce. » Polyexpo est également



la fin 2015, d'une OCE Arizona 3186L. « Jusque-là, nous devions imprimer en rouleau puis contrecoller. Avec la flatbed, nous gagnons en réactivité; elle nous ouvre de nouvelles possibilités, comme l'impression directe sur métal, sur bois, ou nous permet d'obtenir un effet de relief avec plusieurs couches de blanc, par exemple. Nous pouvons élargir notre offre



en mesure de créer une communication originale en proposant, par exemple, une thématique de vitrine ou un support de communication sur mesure. « Nous travaillons en partenariat avec des scénographes free lance quand il s'agit de créer un concept de boutique afin d'arriver avec des projets novateurs et réalisables dans un contexte économique donné. »

Créativité technique

Après la PAO, l'impression est une étape décisive pour la qualité des réalisations. Polyexpo est équipée de traceurs numériques Roland Soljet Pro III et de plotters de découpe Roland 540XC-MT. La PME s'est également équipée, depuis

et répondre aux moyennes séries. L'homogénéité du parc machines et sa complémentarité, rouleau et plat, écosolvant et UV, nous permet d'offrir le meilleur rapport coût-qualité. » Mais, on l'aura compris, en impression, le premier impératif de Polyexpo n'est pas la productivité mais le service et la réactivité. « C'est impossible... nous trouverons un moyen de le faire. Polyexpo, c'est une petite équipe que les clients connaissent généralement bien, très polyvalente, attentive aux moindres détails. Le contrat de confiance est primordial dans notre domaine d'activité. » Ce qui explique sans doute la fidélité des clients; seule une PME peut être dans cette écoute et dans ce sur-mesure. Les clients sont d'ailleurs bienvenus à l'atelier pour

finaliser un projet ou pour les bons à tirer. « Ce qui ne manque pas de générer des idées quand on leur montre les possibilités des machines ou de nouveaux matériaux! » Chaque film ou support imprimé passe à l'atelier, où les découpes et finitions nécessaires sont réalisées. Polyexpo est équipé de plusieurs machines pour découper le bois, le Plexiglas, le PVC, etc., et réalise également des meubles, des boîtes autoportantes ou des PLV en petites séries, habillés ensuite avec les tirages visuels imprimés. « Enfin, la pose, étape ultime, implique une préparation avec un repérage préalable du point de vente, même si nous disposons d'une base de données importante (dimensions des vitrines, contraintes d'accès au magasin, à sa vitrine, etc.), qui nous permet de mener très rapidement toute opération. » Polyexpo assure des poses internes ou externes sur vitrine, meubles, murs, allant jusqu'à l'habillage complet d'une boutique aux couleurs d'une marque. « Il faut comprendre que nos clients nous demandent généralement d'intervenir dans des boutiques multimarques. Il nous faut donc être extrêmement attentifs aussi bien au respect de l'image de la marque qu'à celle du point de vente, afin de recréer un univers dans l'espace contraint qu'est la boutique. » ■