

Signalétique

MSM réinvente l'enrouleur à bande

Entreprise de signalétique intérieure et extérieure du bâtiment à Château-Gaillard, MSM Signaletic innove avec un enrouleur à bande doté d'un ruban de 10 m de long et de 10 cm de large, imprimable et interchangeable, comme on change la pellicule d'un appareil photo. *«Jusqu'à alors, les produits proposés sur le marché, les potelets à sangle que l'on trouve dans les files d'attente des gares et aéroports, n'avaient aucune de ces fonctionnalités. Ils sont plus courts, moins larges, très peu imprimés, etc., note Christian Rat, gérant de cette SARL de 20 personnes pour un chiffre d'affaires de 1,8 million d'euros. L'impression, difficile à réaliser sur les enrouleurs traditionnels, peut ici se faire très aisément, à l'unité comme en série. Elle permet tout aussi bien d'afficher le logo d'une entreprise, qu'un message d'avertissement pour un danger quelconque.»*

L'entreprise a développé ce nouveau produit pour le monde de la radioprotection, pour le balisage des tirs radio, c'est-à-dire la radiographie des organes



de sécurité des centrales nucléaires. Il s'agissait de remplacer la rubalise, par un système à la fois plus efficace et plus écologique. Aujourd'hui, MSM Signaletic entend proposer son enrouleur à bande à d'autres secteurs d'activités comme

l'industrie, le tertiaire et l'événementiel. Elle vient d'embaucher à cette fin, un commercial chargé du marketing et du développement de ce produit.

Sébastien Jacquart ●

Electronique

Succès pour le judas d'Extel

CFI Extel s'est lancé sur un nouveau marché, à la rentrée, avec un judas numérique. *«Une véritable nouveauté puisque ce type de produit ne faisait pas partie de notre gamme. Nous faisons des portiers vidéos et audio, ainsi que des automatismes de portail, mais pas de judas. Or, nous sommes toujours dans le contrôle d'accès. Nous étions donc cohérents et légitimes pour nous lancer sur ce type de produit, ce qui correspond par ailleurs à une demande forte du marché»,* commente Jean-Pascal Gisquet, responsable marketing de cette société implantée à Trévoux, qui compte 49 personnes pour un chiffre d'affaires attendu de 18 millions d'euros en 2012.

Cette nouveauté cible tout particulièrement les personnes âgées et les locataires. *«Le judas numérique n'impose pas de modification. Il s'installe tout simplement en lieu et place du judas traditionnel,*



explique le responsable marketing. *L'œilleton est remplacé par une caméra — qui peut servir de sonnette — et un écran qui fonctionne sur pile et permet de zoomer trois fois. Ainsi ceux qui ont une mauvaise vue peuvent mieux identifier leur visiteur.»*

Et le produit se révèle très tendance. Les ventes, démarrées en septembre en France, Espagne et Italie, devraient passer les 2000 unités fin octobre. Lancé avec prudence car l'entreprise ne savait pas comment il allait être accueilli, le judas numérique va conquérir l'ensemble des magasins de bricolage d'Europe de l'Ouest à partir de janvier 2013.

Sébastien Jacquart ●