



PORTFOLIO



FIGAROL ET POSTFORMING INVENTENT LE MCSUBLIM'

Face à une restauration classique française qui met à l'honneur le hamburger, le redéploiement de Burger King, la mode des fast food chics de type Big Fernand ou King Marcel et l'arrivée attendue en 2016 d'une nouvelle enseigne très prisée outre-atlantique, « Five Guys », McDonald n'a d'autre choix que d'accélérer sa stratégie de montée de gamme. Après six mois de fermeture, son flagship des Champs-Élysées, premier établissement de la chaîne McDonald's au monde avec 1,8 million de clients par an et près de 230 employés en pleine saison, vient ainsi de rouvrir ses portes, laissant découvrir un nouveau lieu entièrement revisité à la sauce Patrick Norguet, designer reconnu et plusieurs fois récompensé sur la scène internationale. L'accent a été mis sur le contraste entre la lumière et la matière avec l'utilisation de matériaux simples tels que le béton, la tôle et le filet métallique qui contrastent avec une accumulation spectaculaire de boîtes de lumière visibles depuis la rue à travers une baie vitrée de 25 mètres offrant un panorama de 180 degrés sur la plus belle avenue du monde.

Ce sont l'expertise et la passion de l'innovation de deux industriels français qui ont permis la réalisation de cette prouesse technique. Postforming, spécialiste de l'agencement et partenaire de McDonald's France depuis de



nombreuses années et Figarol (Groupe Faire Valoir) expert dans les solutions d'impression inventeur de la Figatex 5000, seule machine capable d'imprimer en sublimation 5 mètres

Le défi technique était le suivant : il s'agissait de créer et d'assembler de façon parfaitement

harmonieuse une composition à base de caissons « lumineux » aux formes atypiques et aux tailles toutes singulières (aucun rectangle) sachant que cette composition devait être à la fois évolutive (changement des visuels dans le temps en pouvant passer de l'uni au graphisme) durable (conservation des caissons) et que la pose devait être réalisée sur deux plans (horizontal et vertical)

C'est l'option impression en sublimation sur tissu diffusant cousu de jonc silicone qui a été retenue « Les caissons étant tous différents et de formes variées le repérage et l'alignement des visuels étaient délicats. De plus dans un chantier déco comme celui-ci le taux d'humidité est élevé les tissus ont tendance à se détendre. Mais la sublimation est de très loin la meilleure technique d'impression sur support tissu car elle offre une grande résistance ainsi qu'une densité de couleur très forte ce qui est primordial pour des caissons lumineux » explique Fabrice Godard responsable du projet chez Figarol « La notion de bien-être liée à l'utilisation d'encre aqueuse et de matières nobles a également été fondamentale quand on sait que 5000 clients fréquentent chaque jour ce restaurant. Cette technologie répond à toutes les normes habitat et permet d'utiliser les lieux sans aucune gêne ni odeur, seulement quelques heures après la pose » complète Fabrice Godard « Les caissons lumineux ont été créés en résine compacte et non en aluminium pour des raisons esthétiques et techniques » ajoute Emmanuel Brigand gerant de Postforming

Dix-huit mois de mise au point avec 250 heures de R&D et seulement 3 semaines de production et de pose plus tard 54 caissons formant 200 m² de surface lumineuse originale ont vu le jour dans un alignement parfait. Pour le plus grand plaisir de nos pupilles avant celui de nos papilles

