

Les Echos

LE QUOTIDIEN DE L'ÉCONOMIE

TÊTE D'AFFICHE

Charvet Industries informe les passants et les voyageurs



DE NOTRE
CORRESPONDANTE
À LYON.

L'entreprise familiale investit dans l'innovation pour gagner des parts de marché dans l'univers de l'information dynamique des voyageurs, des journaux électroniques des villes et autres dispositifs diffusant des messages.

Charvet Industries déploie actuellement plus de 100 panneaux d'information dynamique dans le métro de Marseille, un contrat de l'ordre de 300.000 euros. L'entreprise, l'une des premières indépendantes de l'affichage électronique en France avec 4,3 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2007 et une marge nette de 4 %, s'apprête à équiper d'autres grands réseaux de transports en commun. Elle compte aussi des clients parmi les aéroports, les ports maritimes. Dans ce domaine spécifique, et en expansion, de la diffusion de messages aux voyageurs, elle fait état de recherches pour les rendre accessibles aux déficients visuels dans le cadre de la loi handicap et sur téléphones mobiles. Les collectivités locales constituent son autre marché de croissance. Sa plus grande référence est Lyon, « dont nous sommes le prestataire unique en matière de journaux électroniques municipaux. Et nous travaillons avec plus de 500 villes », précise Christophe Quatrini, directeur général quadragénaire de la PME familiale basée à Rillieux-la-Pape (Rhône). L'histoire de Charvet remonte à 1852 et la marque était alors connue pour ses grandes horloges trônant au

sommet des clochers des églises ou autres bâtiments et carrefours... D'abord reprise par un de ses confrères lyonnais et ensuite par Schlumberger, elle est achetée en 1976 par un cadre de ce groupe, René Quatrini, père de Christophe. Pendant deux ans, elle se consacre encore à son métier d'origine et aux pointeuses horaires avant d'être réorientée sur ses activités d'aujourd'hui. Trente ans plus tard, l'un de ses produits-phares, la croix de pharmacie à diodes, signale déjà plus de 750 officines. Les stations-service sont un débouché important pour ses afficheurs de prix et, notamment, le groupe Total. « Nous avons conçu pour eux un dispositif simple et économique permettant de changer manuellement les tarifs des carburants », explique le directeur général. Forte d'un bureau d'études de cinq ingénieurs et techniciens, sur un effectif total de 28 salariés, l'entreprise revendique plusieurs brevets à son actif. Également très sensible à l'esthétique, elle a fait appel au célèbre designer italien Pininfarina pour un de ses afficheurs intérieurs. La production proprement dite est largement sous-traitée, en France pour 50 % et dans le reste de l'Europe, et en particulier l'Italie, pour l'autre moitié. À l'exception de l'achat, il y a deux ans, du fonds de commerce de Sic Electronic l'introduisant dans les collectivités du Sud, Charvet Industries mise sur ses forces internes pour se développer. Tout en excluant toute négociation en cours, Jean-Pierre Roche, le président et gendre du fondateur, ne se dit pas opposé à une ouverture du capital à un industriel ou à un financier.

MARIE-ANNICK DEPAGNEUX

« Les Echos »
Octobre 2008