



Livrable n°T.5.2.1

COMPTE RENDU DES ACTIONS DE
TRANSFERT CONCERNANT LA PLV
03/2023

UBS



European Regional Development Fund



Partenaires

PP Responsable : UBS

Partenaires impliqués :
Kairos

Contenu

La dissémination auprès du secteur de la publicité s'est faite tout au long du projet. Ici, les principales actions ayant eu lieu sont regroupées en quatre points : la communication avec l'association POPAI (Point Of Purchase Advertising International), les entreprises contactées pour potentiellement utiliser du Kairlin et la promotion de ce matériau lors de salons ou conférences. Enfin, un quatrième point est ajouté, lié au salon JEC et aux awards qui y sont liés, le matériau ayant reçu un prix durant le projet.

1. Lien avec l'association POPAI

L'association POPAI (Point Of Purchase Advertising International) a été associée dès 2018 au projet. Un représentant de l'association avait été contacté pour intervenir lors de la journée de lancement du projet et plusieurs échanges téléphoniques et visio avaient eu lieu. Au final, l'intervention ne s'était pas faite lors de la journée de lancement, pour laisser un temps de parole aux partenaires mais le représentant de POPAI était bien présent à l'événement.

Les relations ont été maintenues tout au long du projet et l'association a été informée de toutes les avancées. Ils ont notamment contribué à la participation du partenaire Kairos dans les salons professionnels.

2. Entreprises intéressées par le matériau

En lien avec l'association, les entreprises ci-dessous ont été contactées. Elles sont toutes susceptibles d'intégrer de la PLV dans leurs produits. Pour certaines, des discussions ont déjà été entamées afin de voir les possibilités techniques d'intégrer le matériau Kairlin du projet dans leurs produits :

- Exacompta
- Durable
- Kataba
- RDAI



- BIC

Ces entreprises représentent les secteurs du design, de la publicité, de la fourniture scolaire et de la papeterie. A l'heure actuelle, le Kairlin n'est pas commercialisé. Kairos ne possède pas encore de ligne de production le permettant. La commercialisation se fera dans les mois ou années à venir.

3. Intervention dans des salons

Depuis la fabrication et la validation par tests mécaniques et de vieillissement du Kairlin par les partenaires académiques, Kairos est présent et intervient dans des salons dédiés à la publicité ainsi qu'à des colloques et conférences. Le partenaire promeut l'innovation éco-responsable et l'intérêt environnemental du matériau. La liste des salons où le partenaire a fait la promotion de la PLV se trouve ci-dessous :

- Conférence-débat autour du plastique, ses usages, son recyclage et ses enjeux environnementaux, ACTUPLAST (03/2022)
- Salon France Innovation plasturgie (04/2022)
- Salon JEC World 2022, Paris (05/2022)
- POPAI Awards Paris 2022 : table ronde sur la PLV Circulaire (06/2022)
- POPAI Awards Paris 2022 : juré pour les critères d'éco-conception (06/2022)
- Evénement « Responsable » à l'éclozr, Rennes (09/2022)
- Journée d'étude sur la thématique des plastiques – Université Catholique de l'Ouest (01/2023)
- Salon C!Print (01/2023)

4. Reconnaissance du matériau par le JEC Award

Lors du salon mondial sur les composites, JEC World, les meilleurs projets par catégorie (ex : aérospatial, automobile) sont récompensés par des prix. Les partenaires du projet impliqué dans le développement du matériau ont candidaté dans la catégorie Design, Furniture & Home et ont remporté ce prix dans le cadre du salon JEC World 2022. Cette récompense a donné une visibilité mondiale au produit et a reconnu la qualité du travail des partenaires, notamment de Kairos.

Ainsi, lors du salon JEC World 2022, des dizaines de visiteurs se sont renseignés sur le Kairlin, suite à l'obtention du prix quelques semaines auparavant.

CONCLUSION

Depuis le début du projet, le support publicitaire conçu par Kairos s'est largement fait connaître du public ciblé grâce aux actions citées précédemment. Désormais, plusieurs



entreprises ont commencé à échanger avec Kairos pour utiliser leur produit. Actuellement, le produit n'est pas commercialisable car la ligne de production n'est pas prête et chaque utilisation nécessite des adaptations différentes mais le prototype développé dans le projet est une vraie preuve de concept et réussite dont les partenaires sont fiers.