



Adresse : 30 avenue General Leclerc - 38200 Vienne
 Contact : Philippe Blanchard
 Activité : Conseil informatique / Création d'objet innovant
 Tél. : 04 74 85 20 09
 E-mail : henphy@free.fr



Henphy, le T-siège fait un carton !

Dirigeant de l'entreprise Henphy depuis 1996 (services informatiques), Philippe Blanchard démarre une nouvelle activité : inventif, ce touche-à-tout passionné vient de mettre au point un nouveau siège portable et utilisable dans tous les lieux de spectacle. C'est simple, c'est malin, et ça marche !

C'est un soir de juillet 2009, alors que le Festival Jazz à Vienne bat son plein, que l'idée lui vient. Assis depuis plusieurs heures sur les gradins du théâtre antique, il ne sait plus quelle posture prendre pour soulager son dos. Il s'interroge alors sur la possibilité de fabriquer un siège. "L'inconfort venait moins de la dureté des gradins que du manque d'appui pour le dos" explique le créateur. Il imagine alors un système léger, transportable, réutilisable et susceptible d'apporter un confort dorsal aux utilisateurs. Le festival Jazz à Vienne, en lien avec ViennAgglo, organisant régulièrement un appel à idées pour améliorer les différentes composantes de l'événement, Philippe Blanchard dépose un dossier. Et gagne le concours !

Pratique, confortable, solide

"Ce succès m'a encouragé et donné les moyens de développer le prototype", raconte l'inventeur. Car si l'idée est facilement describable, la mise en œuvre est moins évidente. En effet, le siège doit répondre à un certain nombre de caractéristiques pour être commercialisable. Confortable, solide, peu encombrant, acceptable dans les lieux publics, et bien sûr économique à fabriquer, l'équation n'est pas des plus simples.

Plusieurs prototypes ont été conçus : en bois, qui reste un matériau compétitif d'un point de vue financier mais s'avère assez lourd à transporter ; en mousse et en tissu, mais le process et les coûts induits se révèlent prohibitifs ; en plastique et gonflable, le modèle est très confortable mais son utilisation requiert un effort (le gonflage). Finalement, c'est le carton qui s'impose. Un matériau souple, maniable, suffisamment rigide pour remplir sa fonction et très économique. Le modèle a été testé pendant le Festival de Jazz de l'été 2013. Les 2500 exemplaires du T-siège distribués ont récolté un taux de satisfaction de 95% et des commentaires élogieux de la part des utilisateurs "cobayes". Aussi, début 2014 la commercialisation à grande échelle va pouvoir commencer, à la fois vers des entreprises et des collectivités. "Nous visons principalement les organisateurs de rendez-vous publics", précise Philippe Blanchard. Les nombreux festivals et manifestations existants représentent un potentiel certain. Un site internet permet de visualiser le produit et de se rendre compte de sa praticité. Pour atteindre également une cible de particuliers, un kit découverte de 5 T-sièges y est proposé pour un total d'environ 30 €.



Un nouveau support publicitaire

"Les possibilités d'impression offertes par le carton apportent un avantage supplémentaire", termine l'entrepreneur. Avec son T-siège, il crée en effet un nouveau support de communication et d'information pour des annonceurs publicitaires et des collectivités. Une marque peut ainsi en acheter une quantité donnée, les logotyper et les distribuer lors d'un spectacle. Les marketeurs anglo-saxons appellent cela le "waow factor" ! Ce produit innovant est proposé à un prix tout à fait accessible (2 à 3 euros, selon les volumes), avec un impact réel en termes de communication et un capital sympathie assuré. Une chose est sûre, voici un entrepreneur qui ne s'assoit pas sur ses lauriers !