

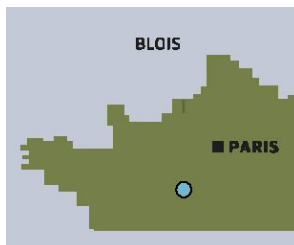
PME À SUIVRE

Néolux illumine les diamants

Néolux a créé des luminaires à LED pour les bijoux, qui ont déjà séduit Chopard. La société cible aussi les musées et les éclairages techniques haut de gamme.

Obtenir la brillance du diamant comme en plein jour, sans sortir le bijou de sa vitrine sécurisée : c'est le casse-tête des diamantaires. Néolux vient de le solutionner. Cette PME d'une trentaine de salariés, installée près de Blois (Loir-et-Cher), a déposé un brevet et a signé un premier contrat avec Chopard. Fondé en 2007 par Ludovic Labidurie, Néolux espère bien vendre sa trouvaille à d'autres grands noms du luxe. « *Le gemmologue de Chopard y croit. A tel point qu'il a fondé une société, Dialumen, qui va commercialiser notre produit auprès de ses confrères* », assure ce dirigeant, dont les ventes 2010 devraient atteindre 2,5 millions d'euros. Le procédé, à base de diodes électroluminescentes (LED), mixe savamment les couleurs primaires. Ni trop froid ni trop jaune... « *Notre équipe de R&D, qui comprend six ingénieurs,*

a mis six mois pour calculer le scintillement idéal tout en évitant la surchauffe de l'installation », détaille-t-il. 2.000 systèmes ont déjà été commandés. Cette PME compte doubler ce volume l'an prochain et vient d'investir plus 500.000 euros dans de nouveaux locaux. Si ce marché des bijouteries de luxe est un levier de croissance prometteur, il n'est pas le seul. Néolux dispose d'une clientèle composée exclusivement d'une cinquantaine d'industriels. « *On a essayé de vendre au grand public via des grandes surfaces de bricolage, mais nous n'avons pas encore la taille pour répondre aux exigences exorbitantes des distributeurs. Ils nous demandaient de stocker plusieurs mois de production sans garantie de vente* », regrette Ludovic Labidurie. Qu'à cela ne tienne, Néolux vient de décrocher un contrat



pour le leader européen des sorties de secours, le néerlandais Thomas & Betts. « *Nous allons équiper en LED leurs balises de parking public* », explique le dirigeant. D'autres marchés spécifiques se profilent, tels que les éclairages compliqués des toiles de maître. Ou encore les éclairages de plateaux de télé et de cinéma. « *Jamais nous ne pourrions concurrencer les géants comme Philips ou Osram, mais nous avons les compétences pour aborder des niches très techniques* », se convainc l'entrepreneur

de quarante-trois ans. Autre axe étudié : les cavistes et les viticulteurs. « *Nous avons identifié un niveau d'éclairage suffisant dans des endroits souvent sombres. Comme notre système ne génère pas d'ultraviolets, il n'altère pas les molécules du vin, contrairement aux éclairages traditionnels* », rappelle Ludovic Labidurie. Cette innovation est actuellement testée chez un producteur de champagne. **STÉPHANE FRACHET**
CORRESPONDANT À TOURS

REPÈRES

Date de création : 2007
Chiffre d'affaires : 2,5 millions d'euros
Contrat en cours : équiper les balises de sorties de secours des parkings publics pour le leader européen Thomas & Betts