

Neolux, petit français qui surfe sur les LED de luxe



Publié par GreenUnivers • vendredi 03 décembre 2010 à 17:33

La Maison de la Magie, à Blois, éclairée aux LED

C'est l'un des incontestables succès des cleantech françaises : la jeune société Neolux, née en 2007, spécialiste des systèmes d'éclairage en LED (diodes électroluminescentes), va passer le cap des 2 millions de chiffre d'affaires dès cette année et devrait encore doubler ses ventes en 2011, voire davantage, grâce entre autres à la conquête d'une très prometteuse niche dans les magasins de luxe.

Et après une petite levée de fonds cet été qui la valorise déjà à 3,3 millions d'euros, elle prépare un très gros projet d'innovation financé par Oséo à hauteur de 3 millions d'euros.

Elle pourrait encore faire mieux, au vu des récentes levées de fonds aux Etats-Unis et en Allemagne dans ce secteur, et des prévisions d'un marché mondial de 20 milliards de dollars en 2015.

Ingénierie des LED

Néolux, installée à Cour-Cheverny, près de Blois (Loir-et-Cher), a été créée début 2007 par Ludovic Labidurie, ancien responsable export d'une grosse PME industrielle. Grâce à une expertise pointue et un laboratoire de photométrie unique en France, l'entreprise réalise de l'ingénierie dans les LED : elles importent les composants d'Asie, mais y fait ajouter des éléments électroniques, optiques et mécaniques pour créer des systèmes d'éclairage haut de gamme, capables de jouer sur les couleurs et les tonalités de blanc.

Neolux grandit à la vitesse de l'éclair : "les ventes vont passer de 1,2 million d'euros en 2009 à 2,1 millions cette année", a expliqué à GreenUnivers Luc Labidurie, "et les effectifs de 12 à 22 salariés. Et nous allons encore doubler le chiffre d'affaires 2011".

Le filon des diamants

Neolux s'est trouvé un marché de niche dans l'éclairage des magasins haut de gamme, en particulier les bijouteries, grâce à un système breveté qui fait chatoyer les diamants. Elle vient d'ailleurs de remporter un contrat pour l'éclairage de la plus grande bijouterie du monde, au Qatar, de 1.600 m², mais elle équipe aussi de ses LED colorées des bars branchés en Espagne, des hôtels de charme en Italie, des salons de coiffures chics, etc.

"Nos systèmes deviennent un élément de déco, et nos clients nous disent que leur chiffre d'affaires augmente après l'installation de nos éclairages", affirme-t-il.

L'atout des LED est à la fois économique et esthétique. Si le prix est plus élevé (de 30 à 50% plus cher) qu'un éclairage classique, la consommation des LED est de quatre à sept fois inférieure. Et reste aussi 70% inférieure à la consommation des ampoules basse consommation (fluocompactes) car aucune chaleur n'est dégagée, l'énergie allant intégralement dans l'éclairage. Et leur durée de vie moyenne est de 40.000 heures. "Le retour sur investissement est obtenu en moins de 3 ans", affirme Luc Labidurie.

«Les LED vont aussi arriver sur le marché grand public : le fluo-compact n'aura pas l'espérance de vie que l'on croyait, et les grands industriels de l'éclairage comme Philips (qui a racheté en 2007 le leader américain Color Kinetics pour près de 700 millions \$) ou encore Osram se préparent massivement aux LED grand public. Nous en verrons arriver courant 2011. Et dans 2 ou 3 ans, les LED auront détrôné le fluo-compact !», prédit le patron de Neolux.

La jeune société planche sur de gros contrats, y compris l'éclairage d'un supermarché près de Rambouillet, avec des jeux de couleurs -- ce qui lui donnerait certainement aussitôt un petit air de luxe.

LED intelligentes !

Mais l'une de ses ambitions est une rupture technologique : avec le Léli (laboratoire du CEA de Grenoble), elle travaille sur un projet financé par Oséo à hauteur de 3 millions d'euros, qui vise à "ajouter de l'intelligence dans les composants électroniques des LED pour que les diodes réagissent à la luminosité extérieure", détaille-t-il.

La lumière blanche des LED pourrait ainsi devenir plus chaude si la journée est d'un blanc froid, par exemple. "Nous avons une grosse avance dans ce domaine, dans les 2 ans nous pensons lancer des LED spécifiques", a-t-il expliqué.

La pépite de StarQuest

Arnaud Delattre, patron du fonds StarQuest Capital, un fonds ISF qui a investi dans Neolux, estime avoir trouvé une pépite rare dans les cleantech françaises et l'aide maintenant à monter auprès de gros fonds un prochain tour de table, qui sera bien plus conséquent.

"Nous avons investi 500.000 euros en deux fois, en décembre 2009 et juin 2010, et nous avons pris environ 15% du capital. Mais maintenant Neolux cherche des fonds beaucoup plus importants, en besoin en fonds de roulement, car elle peut doubler son chiffre d'affaires en 2011 mais pourrait bien le quintupler, tout dépendra de très gros marchés qui sont dans les tuyaux".

"Nous verrons ce que sera le prochain tour de table: si son chiffre d'affaires atteint 8 millions d'euros , il lui faudra 2 ou 3 millions, si les ventes sont de 3,5 millions, elle aura besoin de trois fois moins. Pour nous, Neolux est une de nos plus belles pépites", conclut Arnaud Delattre, qui est aussi cofondateur du réseau des Cleantech Business Angels.