

Un t-shirt qui change de couleur selon l'intensité de lumière - 24/05/2016

Ottignies-Louvain-la-Neuve / Louvain-la-Neuve -

Des étudiants de l'Ephec (Louvain-la-Neuve) ont développé un polo Jn-Joy nommé «Variance».

Son originalité: des couleurs changeantes selon l'intensité lumineuse.



C'est devant un parterre de faux (et de vrais...)

journalistes que Camille, Martin, Sarah et Maximilien, quatre étudiants en 1^{re} année de marketing à l'Ephec, ont défendu leur projet nommé «Variance», en collaboration avec l'Agence pour l'entreprise et l'innovation (AEI) et la firme wallonne J&Joy, bien connue du grand public pour ses vêtements «tape-à-l'œil» aux couleurs vives. Avec un budget d'environ 3 000€, ces étudiants ont conçu un polo dont certaines parties possèdent la propriété de virer du rouge au bleu (ou n'importe quelle autre combinaison de couleur, selon les goûts) au contact des rayons UV. *«Nous avons retravaillé le polo Jn-Joy de sorte que les bords du col, des manches, les boutons ainsi que le logo changent de couleur au contact de la lumière du soleil, explique Martin Meeûs. Ce résultat a été obtenu grâce aux pigments photochromes, dont le fonctionnement est assez simple: partant d'une couleur A, le pigment renvoie une couleur B lorsqu'il est exposé à la lumière du soleil, l'intensité de la couleur étant directement liée à l'intensité lumineuse lors de l'exposition.»*

Un polo, encore à l'étape de prototype, qui pourrait aisément faire partie d'une garde-robe d'un adolescent ou d'un jeune adulte pour la période printemps-été. *«Malheureusement, le soleil n'a pas été de la partie pour notre présentation ce lundi, regrette Maximilien Jacquemin. Mais je vous assure que cela marche vraiment! Nous devons également déterminer la durée de vie du produit et de cet effet changeant. Mais selon notre fournisseur, cela dure assez longtemps.»*

À destination des jeunes

Selon les plans des quatre étudiants, la sortie théorique du polo sur leur webshop et dans les boutiques de l'enseigne Jn-Joy devrait se faire en mars 2017, au prix affiché de 59,95€, d'abord en Belgique et ensuite en Europe et à l'international. *«Pour l'instant, ce n'est que de la théorie. Mais pourquoi ne pas vraiment se lancer là-dedans? Nous y croyons en tout cas. C'est une petite folie que pourrait s'accorder un jeune entre 15 et 25 ans»,* précise Sarah Fauquet. *«À ce prix-là, on a quelque chose de fun, innovant, tendance, original et qui s'inscrit dans les nouvelles technologies»,* ajoute Camille Shahabpour.

Maximilien croit également en la renommée de la marque. *«Il y a plus de 500 enseignes Jn-Joy, réparties en Europe, en Afrique du Nord et en Asie. C'est donc un marché intéressant et nous pourrions recentrer la cible de la marque, qui réalise des produits normalement destinés aux jeunes mais souvent portés par des personnes plus âgées, de 30, 40 ou 50 ans.»*

La question d'un ambassadeur pour représenter le produit est également évoquée par les étudiants. *«Pour l'instant, nous n'en avons pas, nous dit Sarah. Mais nous pourrions porter notre choix vers un candidat de télé-réalité, qui pourrait plaire à notre public cible.»*

Romain IZZARD (L'Avenir)