

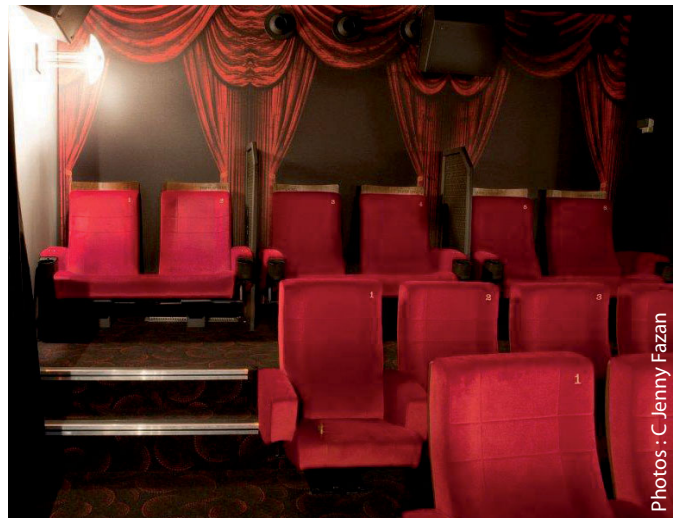
Eine gekonnte Kombination aus Akustik und Ästhetik im Schweizer Kino Cinéma Odéon!

Die Firma Plafond Concept-Lezzi Sàrl vertraut bereits seit Jahren auf die Produkte der Marke Clipso und verwendet sie regelmäßig mit viel Erfolg bei verschiedensten Gestaltungsprojekten.

Die Neugestaltung des Cinéma Odéon sollte an die samtige Kinoatmosphäre des frühen 20. Jahrhunderts erinnern. Gleichzeitig wurden modernste Technologien und Materialien einbezogen. **Die wichtigsten Anforderungen für dieses Projekt einer Gesamtfläche von 450 m²:** 1- fristgerechte Wiedereröffnung des Kinos: Mit Clipso kein Problem! **Die einfache und schnelle Verlegung nahm nur 10 Tage in Anspruch.** 2- eine Verkleidung in Topqualität und –ästhetik mit einwandfreier Farbwiedergabe beim Druck, die gleichzeitig die geforderten Akustikleistungen gewährleistet. Die verwendete Verkleidung vom Typ 705 A schwarz wurde all diesen Ansprüchen vollends gerecht.

Das Endergebnis ist sowohl aus ästhetischer als auch technischer Sicht ein voller Erfolg. Die Akustikeigenschaften sind hervorragend und überzeugen Kinobetreiber und Filmfreunde gleichermaßen.

Weitere Informationen: www.plafondconcept.ch



Télia realisiert ein rundum futuristisch anmutendes Clipso Projekt in Montpellier!

Am Anfang dieses interessanten Projekts stand das Unternehmen A+ Architecture, das für die Gestaltung der riesigen „Blase“ der Arena-Halle in Montpellier auf unseren erfahrenen Fachverlegerbetrieb der Region, Télia, und die Clipso Produkte setzte.



Sie befindet sich in der Nähe des Haupteingangs des Gebäudes und besticht durch Ihre Größe und äußerst originelle Form. Die gigantische Blase mit einem Durchmesser von 12,54 m und 4,84 m Höhe erinnert an eine Art Cheeseburger und zieht die neugierigen Blicke aller Besucher auf sich.

Die breitformatige bedruckte Clipso Verkleidung konnte hier ihre zahlreichen Vorteile und Qualitäten aufs Vortreffliche unter Beweis stellen: **Sie passt sich problemlos an große Flächen und komplexe geometrische Formen an, ist im Handumdrehen installiert und bietet tadellose Endergebnisse mit perfekter Oberflächenausführung.**

Die Anbringung eines Regendaches, der Profilleisten, des Dämmmaterials und der Clipso Verkleidungen nahm insgesamt 10 Tage in Anspruch. Eine echte Glanzleistung! Das beeindruckende Endergebnis spiegelt das Know-how und technische

Können der Firma Télia wider, die innerhalb einer wirklich kurzen Zeitspanne wahre Qualitätsarbeit geleistet hat.

Dieser „Leckerbissen« am Eingang des Gebäudes prägte den ersten Eindruck der Besucher bei der offiziellen Einweihung im September 2010.

Weitere Informationen: www.teliadesign.com



www.clipso.com

Ein Interview mit Roger Bouron und Jean-Philippe Joostens, Entwickler des neuen Habitat-Wohnraumkonzepts bei Schmidt Küchen in Frankreich.

Bei meiner Ankunft am Standort der SALM-Gruppe (Société Alsacienne de Meubles) in Sainte-Croix-aux-Mines (Frankreich) am Montag, den 18. Oktober 2010 wurde ich herzlich vom Architekten Herrn Bouron, dem Generaldirektor Herrn Schwab sowie dem Produktleiter Herrn Joostens, begrüßt. Voller Enthusiasmus begleitete mich Herr Bouron zu einer Werksführung durch die verschiedenen Unternehmensbereiche, darunter auch Schmidt Küchen und Cuisinella, welche ihren krönenden Abschluss im Habitat-Bereich fand, einem Projekt, auf das die Firma besonders stolz ist. In den Kulissen des Habitat-Bereichs nutzte ich die seltene Gelegenheit der Anwesenheit von Herrn Bouron für ein Interview. Ich möchte mich bei Herrn Schwab, Herrn Joostens und Herrn Bouron für den herzlichen Empfang und die mir gewidmete Zeit bedanken.



Roger BOURON

KN: Könnten Sie mir bitte SALM-Gruppe vorstellen? RB: Die SALM-Gruppe in Zahlen:
Nr. 1 der französischen Küchenfabrikanten
Unternehmensgründung: 1959
1250 Mitarbeiter weltweit
4 Fertigungsstätten
2 Marken (Cuisinella und Schmidt Küchen)
303 Mio. Euro im Jahr 2009
640 Geschäfte weltweit
90.000 Einbauküchen pro Jahr
10% Umsatzsteigerung pro Jahr

KN: Was ist Ihre Aufgabe innerhalb der SALM-Gruppe? RB: Ich bin seit gut zwanzig Jahren beratender Architekt der

Produktabteilung von Schmidt Küchen und in diesem Rahmen für die Entwicklung des Habitat-Projekts zuständig. Darüber hinaus führe ich auch kaufmännische und technische Schulungen in unseren Geschäften durch.

KN: Wie begann das Wohnraumkonzept "Habitat" für die Schmidt Küchen-Fachhändler? RB: Das Konzept entstand vor 2 Jahren anlässlich meiner Begegnung mit einem Schmidt Küchen-Fachhändler. Es ging dabei um die Einrichtung einer Schauwohnung, in der unsere Produkte sozusagen in situ zum Einsatz kommen sollten. Mittlerweile testen fünf unserer Fachhändler das Habitat-Konzept in Ihren Geschäften und sind begeistert davon.

KN: Wie sind Sie auf Clipso gestoßen? RB: Aus reinem Zufall, ich habe an der Verkaufstheke einer Tankstelle einen Flyer mitgenommen und war sofort hin und weg von den Clipso Verkleidungen. So kam dann 2009 ein erstes Projekt mit Clipso in Blois zustande, dann ein weiteres in Perpignan, ein drittes in Limoges, ...

KN: Wie sehen Sie die Zukunft?

RB: Mein Hauptziel ist es, unser Wohnraum-Konzept in so vielen Geschäften wie möglich durchzusetzen. Ich glaube fest an den Erfolg dieses Projekts.

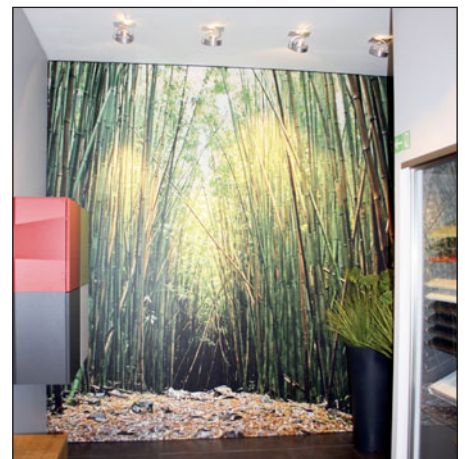
KN: Sind Sie mit unseren Verkleidungen zufrieden?

RB: Sie haben alle meine Erwartungen erfüllt, denn sie sind in allen Räumen anwendbar, lassen sich großformatig und dekorativ bedrucken und harmonieren mit unserer Einrichtung. Sie setzen unser Wohnraum-Konzept ins richtige Licht und verschönern den Gesamteindruck. Ich sehe immer wieder, dass unsere Kunden die bedruckten Clipso Verkleidungen wirklich erstaunlich finden.

KN: Haben Sie Ratschläge für andere Interessierte aus der Branche, wie Architekten, Designer oder Innenausstatter?

RB: Ich bin überzeugt davon, dass Ihre Produkte viele Leute aus der Branche interessieren dürften, denn sie sind innovativ, individuell gestaltbar und äußerst dekorativ.

Das Gespräch führte Kim Nguyen, Leiterin der Kommunikations- und Marketingabteilung von Clipso Productions.



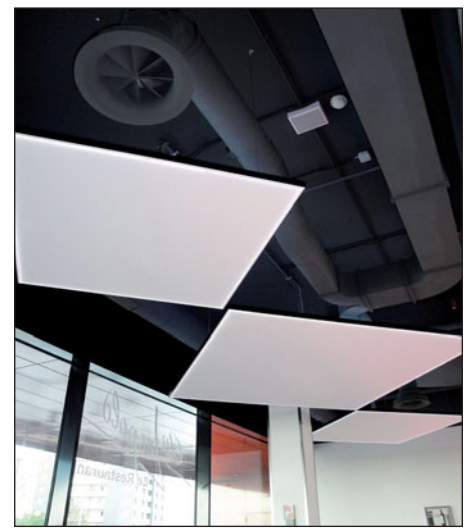
Abgehängte Decken dank Clipso einfach und schnell gestalten!

Für das Einbringen von Zwischendecken in sehr hohe Räume oder beispielsweise zum Kaschieren von Rohrleitungen sind Clipso Hängedecken genau die richtige Lösung, denn die Anbringung ist schnell und besonders einfach. Verwendet wird dazu eine selbsttragende Struktur aus einfarbigen oder bedruckten Verkleidungen und Aluminiumprofilen (P-CEP18, P-CDA25, P-CAC140, P-CPA67 und P-CRA68).

Clipso Hängedecken können in Breiten von bis zu 5 m realisiert werden. Die Befestigung erfolgt mittels Haken oder eines unserer verschiedenen Aufhängungssysteme. Die entsprechenden Profile wurden eigens für die Herstellung von

selbsttragenden Decken, Deckeninseln oder -platten entwickelt.

Jeder Raum unterliegt baulichen Zwängen und spezifischen ästhetischen Anforderungen. Clipso unterstützt Sie bei der Gestaltung ästhetischer und zugleich akustisch optimierter Deckenlösungen. Für die individuelle Gestaltung Ihrer Decken stehen im Clipso Portfolio unzählige Motive zur Auswahl! Clipso Hängedecken ermöglichen die Integration von Lichtelementen wie Spots, Optikfasern, LEDs, ... In Verbindung mit einem Schalldämmstoff sorgen sie in Wohnräumen und öffentlichen Gebäuden für optimale Akustikbedingungen - so sind Behaglichkeit und Privatsphäre garantiert.



Zwei neue ABS-Profilleisten: P-CI12 und P-CC1P

P-CI12



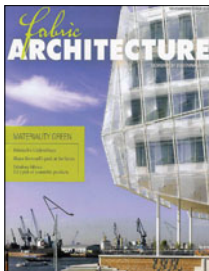
P-CC1P



Unsere Produktreihe der ABS-Profilleisten wird um die kürzlich vom Clipso Forschungs- und Entwicklungszentrum konzipierten Profile P-CI12 und P-CC1P erweitert.

Dank seiner zahlreichen Vorteile gewinnt ABS zunehmend an Beliebtheit, denn es ist ungiftig, chlorfrei, leicht, abriebfest und stoßbeständig und verfügt außerdem über eine gute Temperaturbeständigkeit bei Werten von -40 °C bis +70 °C.

Pressestimmen zu Clipso



Die Presse in Frankreich und auch im Ausland widmete der dynamischen Clipso Unternehmensgruppe und ihren innovativen Produkten in den letzten Monaten verschiedene Artikel: S'installer (November), Economie en Sud Alsace (Oktober), Journal des entreprises (Oktober), Fabric Architecture (November), Fabric graphics (September).

Sie können diese Beiträge auf unserer Website www.clipso.com herunterladen.

Neue Kommunikationstools für das Clipso-Netzwerk

Die Clipso Marketingabteilung stellt Ihnen in Kürze für die Gewinnung von Neukunden und die Produktwerbung verschiedene neue Kommunikationstools zur Verfügung:



Clipso Prospekt „Hotel & Restaurant“

Artikelbezeichnung: C-DocHotel): unverzichtbar für die gezielte Kundenakquise im Hotel- und Gaststättengewerbe Ihrer Region.



Prospekt „Clipso Sound“

(Artikelbezeichnung: C-DocSound): Werbeprospekt, der auch die technischen Grundlagen der Akustik vermittelt und die effizienten Eigenschaften der Clipso Akustikverkleidungen aufzeigt.



Clipso Antwortcoupon

(Artikelbezeichnung: C-PubCoupon): Werbeschreiben mit Antwortcoupon. Überzeugende Texte und aussagekräftige Fotos sind die Pluspunkte dieses neuen Kommunikationstools.

Diese neuen Werbemittel werden in Kürze in verschiedenen Sprachen verfügbar sein (Deutsch, Französisch, Englisch, Spanisch, Italienisch, Russisch). Sie werden Ihnen auf einfache Anfrage zugesandt und können auch auf unserer Website www.clipso.com heruntergeladen werden.

Clipso Kalender 2011: praktisch und informativ!

Zum Jahreswechsel bedenkt Clipso Sie mit einem praktischen und gleichzeitig informationsreichen Präsent: Der Clipso Tischkalender 2011 begleitet Sie das ganze Jahr über und zeigt die breite Palette an Anwendungsmöglichkeiten der Clipso Produkte anhand ausgewählter repräsentativer Projekte.



Sie erhalten die Clipso Kalender auf einfache Anfrage. Und wenn auch Sie im Clipso Kalender 2012 mit einem Ihrer Projekte vertreten sein möchten, dann schicken Sie uns einfach schon jetzt Ihre schönsten Fotos zu.



www.clipso.com