

EN ROUTE POUR LA TROISIÈME ÉDITION DE C !PRINT

Du 3 au 5 février 2015 se tiendra à Euroexpo Lyon la troisième édition de C !Print, une manifestation qui monte en puissance... Entretien avec Guillaume Abou, directeur général de 656 Éditions (organisateur de C !Print)



La rédaction : Avant d'aborder cette 3^{ème} édition de C !Print, revenons sur la précédente, celle de début 2014 dont j'ai pu constater sur place le succès... Ce qui donne en quelques chiffres ?

Guillaume Abou : Ce qui donne très exactement neuf mille quarante-trois visiteurs uniques, dont deux mille sept cents, venus pour la première fois cette année. Ce qui représente une augmentation de 28 % par rapport à l'édition 2013 et illustre la montée en puissance du salon, notamment autour de deux profils de visiteurs : les imprimeurs et métiers proches et les prescripteurs qui regroupent les agences de communication, les designers, les décorateurs, les architectes, etc. Située entre le client final et l'imprimeur, cette vaste famille vient d'abord à C !Print pour trouver de nouvelles idées.

En 2013, nous avons accueilli deux cent-dix agences de communication. En 2014, mille cinq cents... Aussi est-ce pour cela que nous privilégions l'approche applicative, avec l'Atelier Créatif, situé au centre du salon.

La rédaction : Est-ce riche de cette expérience que vous avez décidé de lancer tout récemment (les 7, 8 et 9 octobre 2014) un C !Print à Madrid ? Tout d'abord, pourquoi Madrid ? Et comment s'est passé cette Première ?

G. A : Le marché espagnol est un marché que nous suivons depuis longtemps. Pendant six ans, nous avons d'ailleurs édité, en Espagne, un magazine sur l'objet textile publicitaire. Ensuite, nous avons été plébiscités par d'importants exposants, tels que HP, Mimaki et Roland. Ces trois leaders nous ont accompagnés et incités à nous tourner vers ce marché. Et puis Reed a fermé ses portes en Espagne, il y a deux ans et, avec C !Print, nous apportons un nouveau modèle de salon, plus alternatif...

La rédaction : Comptez-vous poursuivre cette expérience, ailleurs en Europe ?

G. A : Oui mais en restant uniquement sur nos marchés d'Europe du Sud.

La rédaction : Ce qui caractérise C !Print, c'est la place que vous accordez aux applications et à la transversalité. A savoir : comment une même technologie peut œuvrer dans des secteurs différents. Avez-vous encore cette année privilégié cette démarche et sous quelle forme ?

G. A : Depuis quelques années, nous assistons en effet à une véritable explosion des applications et, avec elle, à de nouvelles opportunités créant de nouveaux marchés. La décoration représente, par exemple, un marché considé-

rable mais qui est encore en devenir... Pour un imprimeur qui voit périodiquement ses marges baisser, les opportunités de créer de la valeur ajoutée sont ici nombreuses... Et le rôle de C !Print est de faire le lien entre tous les maillons d'une chaîne pyramidale où interviennent depuis la base, le client final, le prescripteur, l'imprimeur et le fabricant de matériels. Tous ayant besoin de travailler ensemble... Comme preuve de ce développement incontournable, nous lançons pour l'édition 2015 un espace prestataires d'images et de communication. Cet espace conçu en partenariat avec le Club du Digital Media va regrouper, sur quatre mille mètres carrés, entre soixante et soixante-dix exposants. Tous prestataires de services.

La rédaction : L'innovation que j'ai vue sur votre site et retenue pour cette 3^{ème} édition est le Sign Boulevard, dédié à l'enseigne et à la signalétique. Vous pouvez nous en dire plus ?

G. A : Sign Boulevard est le fruit de notre partenariat traditionnel avec le SYNAFEL et d'un nouveau partenariat, avec Enseigne & Innovation, une association très importante qui réunit tous les plus grands acteurs de l'enseigne... Il y a du monde sur ce secteur et de très belles entreprises !

La rédaction : Enfin, pour cette 3^{ème} édition, combien d'exposants attendez-vous ? Et combien de visiteurs ?

G. A : Nous prévoyons une augmentation du nombre de nos visiteurs, de l'ordre de 20 %. Et, en ce qui concerne les nouveaux exposants, à noter, côté fabricants : 3A Composites, Fujifilm et Antalis et côté prestataires : Procédés Chenel, Doublet et Harpa. Nous aurons aussi des organismes de crédit, dont la BPI France. C'est une première qui illustre le dynamisme de notre secteur ! Et un Work Shop quotidien sera même consacré au financement. ■

Propos recueillis par
Corine Chapelain-Rotter