



Prônant un développement à la fois vertical et horizontal, C!Print, le salon de Lyon dédié à la communication visuelle, réunit les différents maillons de ce vaste univers, tout en s'ouvrant sur les nouveaux marchés, à l'image de décoration d'intérieur.

La réussite du salon C!Print est de réunir en un même lieu les différents « maillons » du marché de la communication visuelle, mais aussi d'attirer des professionnels issus d'autres univers. Pour répondre aux demandes de plus en plus globales, il est aujourd'hui indispensable d'intégrer des domaines complémentaires à son métier de base : impression, finition, digital, software, création, marketing, etc.

De plus, cette seconde édition offrait un focus particulier sur les « nouveaux marchés ». « C!Print accompagne les nouveaux marchés : cette affirmation ne doit surtout pas être qu'un slogan marketing ! C'est pourquoi, notre salon met en place des actions concrètes pour guider les professionnels, pour qu'à tous les niveaux, ils se rencontrent, s'organisent et que les nouvelles offres se créent », explique Guillaume Abou, directeur du salon C!Print.

Le secteur de la décoration et de l'architecture d'intérieur est un exemple parfait pour illustrer cette notion d'accompagnement. « Les entreprises du print ont besoin qu'on les aide à aller parler aux nouveaux marchés. Les témoignages ci-contre sont éloquentes à l'image de celui d'Aurélia Paoli, designer, qui dit qu'elle attend encore plus de réponses concrètes... Or, ce que ne savent pas forcément les prescripteurs comme elle ou les clients finaux, c'est que même si, à l'heure actuelle tout va beaucoup plus vite, il faut du temps avant qu'une offre se structure. Très rares aujourd'hui, sont les imprimeurs spécialisés en décoration intérieure capables d'apporter à la fois du conseil, de la création et de la technique... Mais demain, il y en aura beaucoup ! », assure Guillaume Abou.

En réunissant tous ces professionnels pendant 3 jours, C!Print porte donc cette vision d'une communication visuelle multi-techniques et cross média, mais aussi un accompagnement « vertical » du marché : du fabricant de matériel au consommateur final et même au prestataire de services à travers la Plateforme.

Fort de ce bilan 2014, Guillaume Abou a déjà l'esprit tourné vers l'édition 2015 : « Nous sommes conscients qu'il y a encore un 'gap' entre les attentes des nouveaux marchés et les solutions concrètes apportées par les fabricants et imprimeurs. Contribuer à réduire cet écart, à mettre en phase attentes et réponses, voilà l'objectif que nous nous fixons pour les années à venir ». c.c.



FRÉDÉRIC TISSEYRE, DÉCORATEUR ET CONSULTANT

Dans le secteur de la décoration intérieure depuis une quinzaine d'années, Frédéric Tisseyre a fondé en 2008 la société Le Jour Doré (Pau) qui distribue des produits décoratifs (papiers peints, peinture, supports divers). De plus en plus sensibilisé à la personnalisation, il a été consultant décoration pour 656, lors de la préparation de C!Print 2014.

« Mon intérêt en tant que visiteur était de voir de plus près les solutions d'impression numérique, qui arrivent dans la décoration intérieure. **Pour la première fois depuis longtemps sur un salon professionnel, j'ai eu le sentiment d'un bouillonnement créatif : on avance, on échange sans barrière, on apprend les uns des autres !...** C'était particulièrement flagrant pendant la table ronde à laquelle j'ai participé.

Néanmoins, j'ai constaté que l'offre orientée déco chez les imprimeurs et fabricants n'en est qu'à ses prémices, il y a encore beaucoup à faire. La plupart sont très intéressés par ces nouveaux débouchés, mais peu se sont lancés avec une offre formalisée.

Professionnellement, mon projet est justement d'accompagner les entreprises sur ce marché naissant. L'innovation technologique ne fait pas tout, il faut à présent bâtir l'offre en termes marketing et les entreprises du secteur, imprimeurs mais aussi fabricants, ont besoin « d'éclaireurs » pour ouvrir le marché. »

AURÉLIA PAOLI, DESIGNER
Spécialisée en design textile (décoration, accessoires...), elle dirige le studio Beauregard (Paris). Aurélia Paoli a également créé une ligne de revêtements pour sols et murs.

« J'ai visité C!Print avec des projets précis en tête pour lesquels je recherchais des fournisseurs, des solutions techniques, des supports... Le salon a été conforme à mes attentes sur le plan de la découverte et de la rencontre, car l'événement n'est pas statique, il s'y passe toujours quelque chose ! En revanche, même si les exposants avaient tendance à dire que tout est possible en matière d'impression, j'ai eu assez peu de réponses concrètes, notamment à mes demandes de prix. **On sent un fort potentiel mais pour passer réellement de l'idée à l'exécution, le marché a besoin d'être cadré.** »



MELINDA FOURNET, RESPONSABLE COMMERCIALE ET COMMUNICATION, SMTK

Melinda Fournet travaille pour l'atelier de production SMTK, qui exposait sur la Plateforme Business, zone réservée aux prestataires.

« Auparavant visiteurs fidèles de C!print et CTCO, nous étions exposants pour la première fois en 2014. Nous avons intégré beaucoup de matériel d'impression ces dernières années et la Plateforme était le lieu idéal pour aller à la rencontre des agences de communication, d'événementiel, et des petits imprimeurs qui sont nos cibles privilégiées. Pour nous qui sommes en Rhône-Alpes, ce salon était l'occasion de toucher une clientèle venue de toute la France.

J'apprécie dans ces salons de Lyon, de trouver sur un seul et même événement tous nos métiers, puisque nous sommes spécialisés dans le marquage textile et l'impression numérique sur tous supports souples et rigides et que nous avons également un département objet promotionnel.

SMTK se place clairement du côté de la production, mais dans une approche multisupports. **La transversalité du salon fait écho à la nôtre**, c'est totalement en phase avec notre développement d'entreprise ! L'atout principal de C!Print c'est de proposer une vision d'ensemble du marché de l'impression, que d'autres salons essaient de copier, plutôt maladroitement d'ailleurs... »



C!PRINT

ACCOMPAGNE LES NOUVEAUX MARCHÉS

CHIFFRES EN HAUSSE

9 043

VISITEURS

DONT 30 %

VENAIT POUR

LA PREMIÈRE

FOIS

+ 28,7 %

PAR RAPPORT À 2013

PARMI LES VISITEURS :

1 500 AGENCES DE COMMUNICATION

ET UNE FRÉQUENTATION EN HAUSSE DE 20 %

POUR LES MÉTIERS DES SECTEURS

DESIGN/ARCHITECTURE/DÉCO.