



dossier

communication visuelle

# C!Print 2015



## L'innovation en démonstration



Guillaume Abou (656 Éditions), promet un environnement vivant et des "productions live".

Dans le sillage des deux éditions précédentes, C!Print 2015 promet d'appuyer le positionnement distinctif et extrêmement dynamique qui lui avait valu une reconnaissance aussi forte que quasi-immédiate dans le paysage de la communication visuelle. Le mot d'ordre : faire vivre l'innovation.

**C**omment ne pas donner raison à Guillaume Abou (656 Éditions) lorsqu'il fait ce constat ? « Nous avons un atout pour développer au sein de C!Print une approche plus globale : nous venons du monde de l'édition » rappelle celui qui est en effet à la

avait déjà su creuser comme peu d'autres avant lui, celle du décloisonnement : « La plateforme est une sorte de guichet unique qui accueillera et rassemblera tous les prestataires actifs dans le domaine de la communication et de l'objet publicitaire. C'est une initiative qui symbolise et traduit l'ouverture des marchés ».

tête d'un groupe qui réunit des salons, des titres de presse, des médias sociaux et des services marketing, spécialisés sur les marchés de la communication visuelle, de l'objet/textile, du print et des arts graphiques, ainsi que ses nouvelles applications (architecture, décoration, design, industrie...). Quel meilleur moyen en effet d'apprivoiser les approches croisées, que d'être soi-même chaque jour le témoin des convergences technologiques, thématiques et tendanciennes que portent des marchés devenus poreux ? En cela, l'édition 2015 du jeune salon C!Print ne promet pas tant un grand chamboulement qu'une volonté légitime d'enfoncer le clou.

### Une communauté élargie ?

« Lors des éditions précédentes, nous avons vu arriver des grandes familles de visiteurs qui n'étaient pas uniquement des professionnels de l'impression, dont des agences de communication, des clients finaux de différents profils, des entreprises au cœur d'activité assez varié, des annonceurs etc. Ce n'est certes pas la majorité mais c'est en forte augmentation » précise Guillaume Abou. Tel constat semble d'ailleurs confirmer que si le pari d'ouverture tenté par C!Print via cette approche globale était déjà pertinent en 2012, il ne sera que plus encore en 2015.

### Des productions en live

Grand atout des éditions précédentes, l'espace Nova sera très certainement encore le centre d'animation névralgique d'un salon qui prend soin de « montrer », au sens le moins statique du terme. « C'est un espace qui nous permet d'accompagner nos exposants dans la démonstration de leur matériel. Nous avons voulu un environnement plus objectif avec une production en live, sur mille mètres carré, disposant d'une charte graphique globale et cohérente. Cela permet également aux visiteurs de se faire une idée assez concrète des différentes solutions proposées, avant d'approcher directement les fournisseurs » précise ainsi Guillaume Abou. En privilégiant les démonstrations animées et retransmises, l'espace Nova pique même l'attention – et la curiosité – des plus passifs en générant une activité à la fois engageante et énergique. Stéphane Thébaut, connu et reconnu pour présenter l'émission « La Maison

Misant sur 13 000 visiteurs et 230 exposants, le salon espère attirer un nombre croissant de nouveaux prescripteurs, pour continuer d'élargir autour de ce que les organisateurs qualifient de « communauté de la communication visuelle ». Un objectif finalement d'autant plus rationnel qu'il semble s'inscrire dans un phénomène tendanciel chaque jour un peu plus irréversible : le décloisonnement des métiers. ■

**C!Print les 3, 4 et 5 février prochains.**

**Lyon Eurexpo**

**Pré-enregistrements en ligne dès le 3 novembre**

<http://salon-cprint.com>

<http://plateforme-communication.fr>



**Nous avons voulu un environnement plus objectif avec une production en live**

France 5 », sera d'ailleurs reconduit dans cet exercice, pour la deuxième année consécutive. C!Print 2015 ne reposera pas pour autant uniquement sur ses acquis, aussi solides soient-ils. Deux nouveaux espaces seront proposés avec une « Plateforme Prestataires Image & Communication » ainsi que le « Sign Boulevard » (voir encadrés). Selon Julie Chide (656 Éditions), il s'agit là de persévérer dans une voie que le salon

### Du neuf !

#### La Plateforme Image & Communication

Cet espace dédié aux solutions de communication de l'objet publicitaire, à la signalétique ou encore à l'affichage, accueillera 80 exposants prestataires autour des thèmes suivants : communication, XXL, décoration intérieure, retail, design, personnalisation, digital media...

La Plateforme proposera tout au long du salon des conférences, des études de cas à résoudre en direct ou encore des ateliers de coaching.

#### Le Sign Boulevard

Cette zone rassemblera les fabricants et distributeurs de solutions pour l'enseigne et la signalétique.

Un programme spécifique de conférences permettra de mettre en avant le Sign Boulevard notamment avec l'expertise du Synafel (Syndicat National de l'Enseigne et de la Signalétique).