



événement

communication

Le livre, invité surprise de C!Print 2015 ?

C'est acté et officiel : l'Espresso Book machine (EBM) du Fablab IRENEO sera présent – et actif – sur le salon C!Print, trois jours durant. Une illustration supplémentaire de la volonté commune des organisateurs comme des partenaires de l'événement de fonder un rendez-vous fédérateur et multi-marchés, au nom des approches globales.



Quiconque serait amené à imaginer le contenu d'un salon dédié à la communication visuelle ne penserait probablement pas à y intégrer l'univers du livre. Traditionnellement coupés l'un de l'autre, les mondes respectifs du livre et de l'objet publicitaire ont en effet toujours été soigneusement différenciés en fonction des procédés industriels, des technologies, des marchés ou encore des clients finaux, auxquels chacun se référerait. Mais la donne n'est-elle pas en train de changer ?

Animer le lieu de vente

L'EBM, dispositif d'impression unitaire « tout en un » capable d'imprimer et façonner à la demande du livre au contenu variable, en quelques minutes, n'est pas juste un *moyen* de production, il est en soi une arme d'animation du lieu physique de vente. Il est une attraction en puissance, que l'on peut tout à fait libérer des ateliers pour le faire exister aux yeux du visiteur-lecteur.

L'évidence est même déjà apparue voilà des années à quelques libraires et bibliothécaires américains, qui ont choisi de mettre en scène la machine et de lui jouter un compteur permettant d'afficher combien de livres l'EBM avait produits jusqu'alors, « en live », dans un contexte à la fois ouvert, ludique et performatif. L'intérêt ? Réenchanter cette phase de production, en lui imprimant qui plus est un

Une vraie dynamique d'ouverture

L'UNIIC, l'IDEP, Imprim'vert, l'Espresso Book Machine d'IRENEO ou encore Climatecalc, tous seront présents sur C!Print, dans le but d'édifier les passerelles existantes ou à construire, pour l'avènement d'une communication globale. Entre débats - « Fabrique-t-on encore en France ? », « La personnalisation sur le lieu de vente » etc. - études de cas et démonstrations, C!Print promet un contenu riche et dynamique, dans le but d'illustrer et inspirer un marketing de l'offre.

Rendez-vous sur le site www.salon-cprint.com et commandez votre badge avec le code : ACTEURS

caractère d'autant plus impliquant que l'EBM répond ici à des besoins hyper personnalisés. Selon Julie Chide (656 éditions), les opportunités sont même multiples : « Les démonstrations autour de la machine nous permettront de pré-produire un livre d'une centaine de pages dont nous pourrions personnaliser le contenu, ainsi que la couverture. Nous aurons également la possibilité de générer des dédicaces pour tous ceux qui le souhaiteront ». À ce titre, le Fablab IRENEO entre tout à fait dans ce qui fait de la communication événementielle un vecteur de lien sans cesse plus direct, plus intime parfois, et chaque jour plus éloigné des logiques de massification standardisée.

 Le Fablab IRENEO entre tout à fait dans ce qui fait de la communication événementielle un vecteur de lien sans cesse plus direct, plus intime parfois, et chaque jour plus éloigné des logiques de massification standardisée. 

Des opportunités pour les communicants ?

L'EBM générera ainsi sur le salon divers rendez-vous dont nous vous précisons les détails dans les semaines à venir. Mais il est d'ores et déjà question :

- D'un rendez-vous Workshop.
- D'une table ronde autour de la personnalisation événementielle.
- D'une étude de cas sur la plateforme Image & Communication. Ce sera également l'occasion de rappeler que le Fablab IRENEO – à vocation non-commerciale – n'a d'autre but que de fédérer les énergies de tous les acteurs de la chaîne du livre (et au-delà), autour d'un projet inscrivant l'impression à la demande dans une optique de partage optimum. Dans un monde où quelques géants du Web entendent effectivement zapper les intermédiaires, IRENEO veut au contraire convoquer l'ensemble de la chaîne – auteurs, éditeurs, imprimeurs, distributeurs, libraires – dans une relation saine et équilibrée. De là à y voir une possible réponse collective à Amazon, il n'y a qu'un pas... Cette présence à C!Print témoigne en tout cas d'une volonté d'ouverture sans précédent et rappelle combien il est des cartes importantes à jouer, lorsque l'on parle de redynamiser le lieu physique de vente et de transit du livre. À n'en pas douter, les professionnels de la communication qui pousseront en février prochain la porte du salon Lyonnais n'en prendront pas une miette... ■