

sinergie

2017

Le magazine
Numérique

l'Impression
graphique

JANVIER

ICÔNES

RÉCOMPENSÉ À LA SOIRÉE
« STARS DE L'IMPRIMERIE »

Caractère

SYMPOSIUM

de l'Impression Numérique

BILAN 16^E EDITION
CIBLER SON OFFRE
ET OPTIMISER
SES RÉSULTATS !



LE S.I.N. PARTENAIRE DE CIPRINT 2017
LA VALEUR AJOUTÉE DU PRINT

NOS PARTENAIRES À LA UNE

RICOH
CANON
HP

NOS ADHÉRENTS

DICOLOR ET ICÔNES TEMOIGNENT

C!PRINT 2017 LA VALEUR AJOUTÉE DU PRINT



Du 31 janvier au 2 février 2017 à Lyon, le salon C!Print met en lumière toute la valeur ajoutée du print. Acteurs de la personnalisation petit et grand format, fabricants, distributeurs, fournisseurs de services d'impression, prescripteurs et clients finaux se retrouvent sur C!Print autour des technologies de personnalisation.

Web-to-print, impression, découpe, gravure, broderie, conception, logistique... l'intégration des technologies numériques au sens large ouvre de nouvelles perspectives. Elles déplacent le point d'équilibre du secteur d'une concurrence mortifère sur les prix vers la valeur ajoutée d'une offre complète qui séduit les créatifs et les marques. Un glissement et une opportunité à saisir sur C!Print Lyon 2017.

Que regroupe le chapeau « technologies numériques » dans le secteur graphique ? Jet d'encre, sublimation... des techniques d'impression, de découpe, de gravure, bref de production qui transforment une matière première en produit. Mais pas uniquement. Les technologies numériques c'est aussi le prépresse, CTP, CTS, la finition et, au-delà, des services nouveaux intégrés : la conception, le

routage, la logistique, le web-to-print qui contribuent eux aussi à développer des offres de « personnalisation ».

Longtemps cantonné au marquage petit format (objet et textile notamment), la personnalisation décrit pourtant une réalité : la petite série jusqu'à l'exemplaire unique à la demande. Cette tendance au court tirage est à noter également dans le grand format qui n'emploie pas beaucoup ce terme mais qui produit bien de la personnalisation, qu'il s'agisse de signalétique, de communication extérieure ou encore de PLV.

Le sur-mesure gagne du terrain, en production comme dans les services associés comme le déploiement. Si les petites séries sont donc appelées à se développer, qu'en est-il des gros tirages et de la production de masse ? Ils

ne sont pas en reste, eux non plus. L'étiquette ou le packaging, qui continuent à être produits pour une écrasante majorité en flexographie ou en offset, voient arriver le numérique sans pour autant abandonner leur dimension volumique.

Qu'on parle d'ultra-personnalisation ou de personnalisation de masse, la donnée est la clé. Qu'on personnalise un papier-peint en ligne ou qu'on lance une campagne mar-

keting mondiale, la donnée descend du client au cœur du système de production pour remonter in fine vers le client et lui délivrer une information. Et toute la valeur de ce nouveau modèle tient dans le management de cette donnée : sa prise en compte, son interprétation et son adaptation à un système de production existant, associé au développement de services nouveaux en lien direct avec les attentes spécifiques des clients.



NOS PARTENAIRES EXPOSENT :
 ANTALIS 2H10
 CANON 2L26-28
 HP 2K26-28
 KONICA MINOLTA SENSING 2L8
 OKI 1C2-4
 RICOH 2J3
 TRIAS - VITASOFT 2F31

C!Print explore les avancées de l'impression numérique textile

Cette année, **PLUG&PLAY**, lieu de l'expérimentation sur le salon, ouvre son propre atelier textile et zoome sur l'importance de l'impression numérique textile qu'il s'agisse de communication, de décoration ou encore de mode. C!Print Lyon mise à nouveau sur l'avenir et le développement de nouveaux marchés à forte valeur ajoutée pour le monde du print.

Tendances marchés, solutions techniques, inspiration, mise en pratique, prospective, ... Un espace de workshops et un espace de conférences au cœur du salon accueilleront un programme riche d'ateliers, de tables rondes, d'études de cas, d'études de marché, et seront également le point de départ pour des visites guidées. La

plateforme C!Print Lyon, zone d'exposition pour les fournisseurs de services d'impression, sera plus clairement segmentée cette année afin de répondre aux besoins des professionnels de la personnalisation, exposants comme visiteurs, de se rencontrer et de construire ensemble une offre globale. En parallèle et de façon complémentaire le projet IC, avec son blog, son annuaire, son magazine et bientôt son événement, répondra à une évolution de 656 Editions vers plus de verticalité et s'adressera exclusivement à un public d'annonceurs, les directions marketing et achats des grandes marques. Un complément logique et nécessaire au développement naturel de C!Print Lyon, une volonté d'accompagner l'offre et la demande jusqu'à leur terme.

■ Pour plus d'informations : www.salon-cprint.com

■ Liste des exposants, programme des animations, communiqués de presse, actualités exposants, newsletters hebdomadaires.