

## PLUG&PLAY : une marque caméléon

Du 26 au 28 janvier 2016 sur [le salon C!Print Lyon](#), le showroom des applications **PLUG&PLAY** déclinera l'innovation technique à travers **4 espaces d'agencement et un atelier de personnalisation de produit en live**. Message, produits, espace, l'objectif est de recréer le déploiement d'une identité dans les conditions réelles d'une campagne. [Julien Sappa](#), Fondateur de [Regular Switch](#) et Directeur Artistique de **PLUG&PLAY** revient pour nous sur la création de la marque **PLUG&PLAY**.



Au point de départ se trouve la couleur. La marque **PLUG&PLAY** avait vocation à être déployée dans des espaces remplissant des fonctions différentes comme le lieu de vente, l'espace de travail et le lieu de convivialité et déclinée sur des produits relevant de marchés différents comme la mode, les arts de la table ou l'objet publicitaire. **L'objectif était donc de créer « une marque caméléon ».** **Une identité qui pourrait s'adapter à tous les univers, toutes les destinations.** Sur le modèle de la mode, nous avons créé deux gammes de couleurs. Une gamme saisonnière pour les basics, elle-même basée une gamme de fond composées de tendances à plus long terme (4 à 5 ans).



Sur la base d'une gamme Candy Color en tendances de fond nous avons créé une marque transparente. **PLUG&PLAY** a vocation à inspirer architectes, décorateurs, agences de communication, designers, annonceurs, enseignes, collectivité locales et mettant en avant le potentiel des techniques de personnalisation petit et grand format, **PLUG&PLAY** doit permettre aux créatifs comme aux marques de se projeter, d'imaginer leurs propres campagnes : agencement d'un siège social, création d'un pop-up store, collection de T-shirt personnalisés, packaging cosmétique... La marque **PLUG&PLAY** n'est pas là pour s'imposer, au contraire.

A partir de cette gamme nous avons imaginé une campagne de toute pièce. Les affiches publicitaires utilisent les codes publicitaires des campagnes réelles : shooting mode ou photos alimentaires.



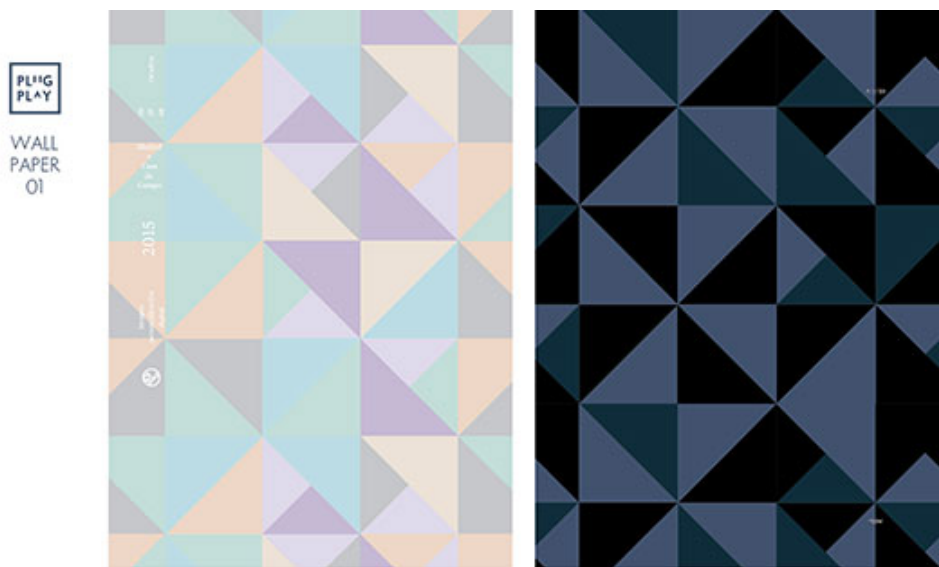
Sans réduire le champ de la marque, elle devait encore une fois parler à tous, il fallait lui donner une personnalité. Nous lui avons donc attribué les codes trendy des magasins de gadgets de luxe comme **Colette** à Paris par exemple. **Cette touche nous a permis de mettre en avant un espace en développement dans le retail : le pop-up store et décliner une large collection de produits (verre, vêtement, packaging, coques de smartphones) marqués avec des techniques très variés (sérigraphie, transfert, impression directe, découpe...).**



**PLUG&PLAY** a une fonction, **c'est une marque qui est créée pour accueillir les autres.** Les logos reproduits sur les produits ont été dessinés pour parler à l'imaginaire et rappelle les logos entrés dans la culture populaire. Dans le même esprit, les motifs sont tous en all-over pour s'adapter à tous les espaces et rester des miroirs pour les visiteurs du salon.



L'utilisation des motifs comme l'utilisation des couleurs ont été traités en deux univers : les applications d'agencement empruntant aux codes des arts décoratifs et les applications de communication empruntant aux codes des arts graphiques. Même si avec l'avènement des techniques de personnalisation et la conception de campagnes de plus en plus transverses, ces deux univers se croisent largement, les objectifs ne sont pas les mêmes : **les arts graphiques recherchent l'impact là où les arts décoratifs recherchent l'esthétique.**



Mode, architecture intérieure, packaging, publicité, décoration, communication... la marque [PLUG&PLAY](#) donne vie aux techniques de personnalisation petit et grand format.

**Une campagne fictive pour donner vie à des applications bien réelles.**

Venez rencontrer [Julien Sappa](#) du 26 au 28 janvier 2016 sur [C!Print Lyon](#). Plongez dans le showroom d'applications [PLUG&PLAY](#). Appropriiez-vous la marque.

## C!Print est un événement 656 Editions

656 est un groupe médias et événementiel dédié aux professionnels de la communication visuelle, de l'objet publicitaire et des industries graphiques. Le groupe 656 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, et de ses nouvelles applications (Architecture, Décoration, Design, Industrie...).

Toute l'année, 656 diffuse des nouveaux contenus sur les marchés, les nouvelles tendances, les applications techniques les plus innovantes, et des campagnes de communication auprès de contacts 100% qualifiés et personnalisés, faisant de 656 un groupe Multi-Canal. Grâce à notre Expertise-Métiers, nous accompagnons l'évolution des marchés et les mutations de nos métiers en lien étroit avec les associations professionnelles, et nous créons de nouvelles opportunités de business. Depuis notre création en 2001, nous nous efforçons d'apporter une recherche constante d'innovation, avec toujours plus de créativité, de convivialité, et des services de qualité.

[www.656editions.net](http://www.656editions.net)

### **Pour plus d'informations :**

[www.salon-cprint.com](http://www.salon-cprint.com): liste des exposants, programme des animations, communiqués de presse, actualités exposants, newsletters hebdomadaires.

Nous mettons à votre disposition des visuels HD sur notre Flickr : [PRESSE](#) / [AGENCEMENT](#) / [PERSONNALISATION](#) / [LOGOS](#)

Contact Presse : [JULIE CHIDE](#)

[julie.chide@656editions.net](mailto:julie.chide@656editions.net)

04 78 30 41 73 - 06 76 72 92 80

