



Tine Desodt

Guido Van der Schueren, entrepreneur et fondateur de différentes sociétés de développement de logiciels graphiques

Guido Van der Schueren a été l'un des cofondateurs et le directeur général d'Artworks Systems. Il a vendu ses parts à Esko Graphics en 2007. Après quoi, il a investi dans l'innovation : notamment avec la société américaine HYBRID Software. Début 2010, Van der Schueren a également investi dans ADAM Software, à Gand, et plus tard dans Global Graphics. Avec ReadZ, il est passé aux logiciels de mise en page pour publications électroniques.

Des techniciens de formation pouvant faire l'interface entre le client et les développeurs de logiciels, voilà le profil dont j'ai besoin pour nos activités. Les candidats les mieux formés dans cette perspective sortent de l'Arteveldehogeschool.

Les étiquettes et les emballages sont des outils de marketing, qui aident à vendre des produits. Au contraire des publications imprimées.

La plus grande part des logiciels connus de conception d'emballages et d'étiquettes qui sont utilisés dans le monde entier par les petites et très grandes entreprises ont été développés dans la région gantoise.

Les machines sont pilotées par des logiciels. Ceux-ci sont nécessaires pour produire plus à un coût inférieur. L'avenir de notre industrie sera déterminé par le software.

Il n'y a pas suffisamment de contrôle de processus dans les entreprises, ce qui cause des pertes de temps et d'argent.

Nous disparaissions peu à peu, mais cela prendra encore un temps certain.

Drupa : tous les fabricants actifs sur le terrain numérique dans la branche graphique ne survivront pas. Le marché n'est tout simplement pas assez grand.



#webtopack – tweet sur étiquette « Future of Print » de l'Arteveldehogeschool

La même soirée dans une autre session, Bram Verniest, COO de CHILI publish et ancien de l'école, a donné une présentation sur le web-to-pack et son rôle pour l'avenir de l'imprimé. Pas une suite interminable de slides, mais une démonstration courte et percutante de la manière dont une combinaison intelligente d'automatisation et de big data peut engendrer un superbe échantillon de guerilla marketing. Un code PHP lie l'API de Twitter à l'API de CHILI publisher, ce qui permet d'un seul clic de lire le contenu, de le charger et de le couler dans un gabarit standard. Tout qui lançait un tweet pendant la présentation avec les mots-clés @CHILI-publish et #webtopack, recevait immédiatement une étiquette personnalisée, où figurait son pseudo Twitter, le tweet proprement dit et la photo correspondante. L'étiquette était collée sur place sur un verre de bière (rempli), que chaque participant pouvait emporter en souvenir après la session prémédia.