

Sortir de sa zone de confort pour grandir

Aurelia Ricciardi |

Beaucoup de professionnels de l'impression se rendant à la Fespa cherchent de nouveaux domaines de diversification. C'est l'enquête Print Census 2015 du salon qui l'affirme. Tour d'horizon de ce que peuvent offrir les salons professionnels dédiés à l'impression numérique et aux secteurs du grand format.

Fespa Global Print Expo - Berlin, Allemagne **15 - 18 mai**

« L'industrie mondiale de l'impression est en transition et beaucoup de fournisseurs de service d'impression, particulièrement des imprimeurs commerciaux, se trouvent dans un environnement très compétitif. Par conséquent, pour se développer, ils ont besoin d'élargir leur portefeuille d'applications ou de développer de nouvelles capacités de niche pour se démarquer de la concurrence », expose Roz Guarnori, Directrice de division à la Fespa. « La bonne nouvelle c'est que l'impression grand format offre encore un fort potentiel de croissance. De plus, le coût d'entrée d'un point de vue technologique peut être relativement faible. Et pour les imprimeurs qui possèdent déjà des connaissances dans les workflows numériques, la gestion des couleurs et ainsi de suite, le saut de la foi ne doit pas être énorme. Mais pour entrer dans un nouveau domaine technologique et

de nouveaux marchés, il est nécessaire de parler à des experts. A cet égard, il n'y a pas de meilleur endroit que Fespa Global Print Expo pour s'immerger et obtenir les conseils dont le professionnel a besoin », poursuit Roz Guarnori.

Chaque année, la fédération d'associations d'imprimeurs et de sérigraphes (Fespa) organise son salon dans une grande ville européenne différente. En Europe, c'est l'événement de référence pour le secteur avec 20 456 visiteurs en 2017. Les fournisseurs de service d'impression s'y rendent pour trouver de nouvelles façons d'étendre leurs services et de faire prospérer leur entreprise. La prochaine édition ouvrira ses portes du 15 au 18 mai 2018 à Berlin, en Allemagne. « Avec plus de 500 exposants annuellement, la Fespa est sans aucun doute la plateforme de lancement mondiale pour les nouvelles technologies dans le domaine du grand format. C'est donc le premier lieu à visiter si vous voulez savoir comment les innovations dans ce domaine peuvent soutenir les plans de



croissance des entreprises », dit Roz Guarnori.

Outre les équipements d'impression, les visiteurs ont aussi accès à tous les fournisseurs d'encres spécialisées et de matériaux, qui dépendent étroitement des applications. Par exemple, l'édition 2018 du salon accueillera un hall entier consacré aux supports, indiquant le rôle majeur de l'innovation des médias dans la diversification des applications. De plus, en réponse à l'intérêt croissant du marché envers les textiles de signalétique souple, de mode et de décoration, deux halls seront également dédiés à l'impression textile. Selon la Fespa, c'est la plus grande zone jamais présentée au cours d'un de leurs événements. En tout, le salon Fespa occupera 10 halls au Messe Berlin emplies d'applications inspirantes. Le Fespa veut ainsi montrer l'éventail des possibilités dans le grand format, de l'enseigne aux textiles et décors im-

primés, en passant par les matériaux pour les points de vente.

Roz Guarnori donne encore quelques conseils aux imprimeurs traditionnels qui cherchent à diversifier leur offre de produits existants : « Les entrepreneurs graphiques ont intérêt à regarder en dehors de leurs marchés traditionnels pour trouver de nouvelles opportunités d'affaires. Et aussi de se concentrer sur les segments émergents de l'impression où il est encore possible de se démarquer. Cela pourrait se faire en développant une spécialité d'application telle que l'impression textile numérique ou la décoration imprimée, ou en poursuivant un modèle d'affaires en ligne en utilisant le web-to-print afin d'augmenter leur clientèle. » A savoir qu'en plus des expositions, un riche programme de séminaires gratuits sur les tendances du marché et la technologie apportera encore plus d'idées. « En tant que chef d'entreprise, il est

SIGN2COM 2018 déjà en avance sur l'édition précédente

La 13^e édition du salon professionnel SIGN2COM se déroulera les dimanche 16, lundi 17 et mardi 18 septembre 2018 à Kortrijk Xpo. Fidèle à son concept, l'événement mise de nouveau sur un contenu fortement inspirant, avec une attention soutenue portée à la haute qualité, en vue de proposer une expérience exceptionnelle.



Peter Vanbrackel, Exhibition Manager

Si le chiffre 13 est réputé porter malheur pour certains, ce n'est pas le cas des organisateurs de SIGN2COM. Cette 13^e édition annonce déjà un taux de réservation supérieur de plusieurs points à l'occupation finale de la précédente. Résolu à prendre les devants, Peter Vanbrackel, Exhibition Manager de SIGN2COM, a d'ores et déjà décidé d'étendre l'espace d'exposition à l'accès central. « Avec sa superficie de 8 000 m², le Hall 4 est le plus vaste de Kortrijk Xpo. En y incluant l'accès central, nous obtenons 800 m² d'espace d'exposition supplémentaire. Autre avantage : le visiteur se trouve plongé dans l'ambiance familière de SIGN2COM dès qu'il passe l'entrée. »

Un salon avec de beaux noms

La hausse par rapport à SIGN2COM 2016 est donc considérable. Peter Vanbrackel : « Alors que le sentiment dominant en 2016 était celui d'un marché en convalescence, je note aujourd'hui un retour de la confiance. Le marché est en croissance et tant les fabricants que les entreprises du secteur de la communication visuelle portent un regard optimiste sur l'avenir. Ce regain de confiance dans la branche se trouve également confirmé par la participation d'un grand nombre de fournisseurs, présents avec leur propre stand. Ce dont nous ne pouvons que nous réjouir. »

Programme de séminaires pendant le salon

On prête par ailleurs l'intention à SIGN2COM 2018 d'organiser des séances d'information et des séminaires répartis sur les trois journées, en partenariat avec Roularta Media Group. Pas une énième série de séminaires, mais des sessions inspirantes animées par des spécialistes du secteur. De quoi permettre aux visiteurs de regagner leurs pénates la tête remplie de nouvelles perspectives. La teneur et le programme des séminaires seront communiqués au cours des prochains mois sur le site Web de SIGN2COM. N'hésitez donc pas à y jeter un œil à l'occasion.

Toutes les informations pratiques pour les exposants et les visiteurs peuvent être consultées sur le site www.sign2com.com

**SIGN2
COM**

Discover the future of signage
and visual communication.

16 - 17 - 18 Sept 2018 | Kortrijk Xpo



www.sign2com.com

Ouvrir l'œil sur d'autres salons |

parfois vital de sortir de sa zone de confort, et de s'entourer d'idées et de savoir-faire qui stimulent l'imagination de manière différente », conclut Roz Guarnori.

Heimtextil - Francfort, Allemagne 9 - 12 janvier



Si ce n'était pas déjà prévu, il est maintenant trop tard pour s'y rendre cette année, mais il mérite qu'on en parle. Heimtextil est le salon professionnel international consacré aux tissus d'ameublement pour les secteurs de l'agencement d'intérieur, du design et de l'architecture. Il est devenu un événement incontournable pour les fabricants, commerçants, acheteurs et décideurs. Textiles pour salle de bain, literie, table, fenêtre, tapis, coussin, mur et brise-soleil sont autant de domaines d'applications qui sont couverts sur le salon. Parmi les plus de 2000 exposants, une trentaine de fabricants d'imprimantes, mais aussi des fournisseurs d'encre et de logiciels étaient présents. Pour les solutions d'impression, Aleph, EFI Reggiani, Epson, HP, Kornit Digital Europe, Mimaki, MS Printing Solution, Mutoh, PigmentInc et Xeikon (surtout pour la décoration murale) étaient présents. Tourné sur l'urbanisation de nos sociétés,

Heimtextil sensibilise les professionnels sur la manière dont le Mouvement des Makers (Maker Movement) est en train de changer la fabrication industrielle, notamment avec la digitalisation du Do-It-Yourself. Le prochain Heimtextil sera organisé en 2019 du 8 au 11 janvier, à Francfort.

Printed Electronics Europe - Berlin, Allemagne 11 - 12 avril 2018



L'événement consacré à l'électronique imprimée, où se rencontrent utilisateurs finaux et fournisseurs, est axé sur la commercialisation des produits électroniques imprimés, organiques et flexibles. Il offre un panorama complet sur les exigences des utilisateurs finaux, ainsi que sur les opportunités et les dernières capacités technologiques. Sur le salon, les entreprises pourront se faire une idée en termes de capacités, coûts et projets relatifs aux derniers développements technologiques et de produits. D'autres événements sont organisés parallèlement à Printed Electro-

tics Europe qui traitent des capteurs, de l'impression 3D, du graphène ou encore des matériaux 2D.

Sign2Com - Kortrijk Xpo, Courtrai 16 - 18 septembre 2018



Le salon belge de la signalétique et de la communication visuelle a lieu tous les deux ans à Kortrijk Xpo, à Courtrai. Il rassemble les acteurs du monde de la publicité, de la signalétique, des médias et de la communication.

Inprint - Milan, Italie 20-22 novembre 2018

InPrint, le salon de l'impression industrielle, se focalise sur trois domaines d'applications : l'impression fonctionnelle, décorative et l'emballage. Le salon attire un public particulier d'entreprises comme les intégrateurs de systèmes, les développeurs de matériaux et les fabricants intéressés par l'offre de solutions pour le marché de l'impression industrielle/décorative. Un des thèmes majeurs qui revient souvent sur la table lors des discussions sur le salon concerne le po-

tentiel du Direct-to-Shape (DTS) comme marché. Il s'agit du procédé d'impression directe d'objets tridimensionnels dans leur forme finale. De nombreux fabricants se présentent sur le salon avec des imprimantes DTS à jet d'encre UV. Marco Boer,

vice-président d'IT Strategies, identifie trois marchés pour lesquels le DTS peut être pertinent : les récipients d'emballage, les objets publicitaires comme les cadeaux et goodies d'entreprises (clé USB, porte-clés, protection de smartphone...) et le marquage de produits manufacturés et semi-finis (impression de logo ou information sur tous types de produits). Les applications les plus courantes sont les bouteilles en verre ou en plastique, les cannettes... ou encore les récipients cosmétiques ou pharmaceutiques. Dans le domaine des récipients d'emballage, l'intérêt de l'impression directe est ici de réduire les déchets inhérents aux étiquettes. Ce type de technologie est par exemple courant sur les récipients en verre comme les bouteilles de bière. ■

