

Le RAI Amsterdam accueille un nouvel événement

Interview avec les cofondateurs Frazer Chesterman et Marcus Timson

Pure Digital, c'est quoi ?

Pure Digital est l'événement dédié à l'impression numérique pour le secteur créatif. Son ambition est de montrer aux décideurs du monde de la création la voie qui mène aux applications d'impression numérique et à la technologie sous-jacente. L'impression numérique trouve en effet à s'appliquer et à s'intégrer dans toutes sortes de domaines, que ce soit à domicile, dans le commerce, au travail ou dans les loisirs.

Nous pouvons y parvenir en bravant les projecteurs sur le potentiel époustouflant et la formidable puissance de l'impression numérique synchronisée, ainsi que sur le glissement inéluctable vers le « digital print 4.0 ».

Qu'entend-on par « digital print 4.0 » ?

La technologie numérique met en relation des individus et des processus jusqu'ici déconnectés les uns des autres. Nous voyons aujourd'hui un avenir dans lequel les concepts et les campagnes de marketing stratégiques seront totalement intégrés pour répondre du mieux possible aux conditions changeantes et réagir aux nouvelles opportunités. Le digital peut satisfaire la demande d'une production d'imprimés qui soit à la fois flexible, rapide et efficiente.

Dans l'avenir que nous voyons,



Marcus Timson et Frazer Chesterman.

les imprimeries seront reconnues et acceptées comme des acteurs clés de la communauté créative. L'apport des prestataires de services d'impression peut être inestimable pour d'autres parties prenantes du processus créatif. Nous sommes d'avis que pour obtenir des résultats fructueux, il convient de mettre l'approche créative et la production imprimée au diapason. Ainsi pourra-t-on créer de la valeur ajoutée, réagir de manière efficace aux événements et aboutir à des réalisations bluffantes pour les clients. Dans la course à une telle production innovante, il s'agit d'être le premier, et de faire preuve de vivacité et d'audace.

Pourquoi lancer Pure Digital ?

Pour répondre à un problème par une solution unique. Le numérique ne prend encore à son compte qu'un petit pourcentage de l'ensemble de la production imprimée. À nous de faire en sorte, pour que cela change, que le secteur créatif trouve son inspiration dans le digital. Nous de-

vons stimuler la demande d'imprimés. Ne serait-ce que parce qu'un imprimé numérique créatif procure une valeur ajoutée au client et qu'il permet à l'imprimeur de dégager une marge plus confortable.

Pendant la phase exploratoire qui a précédé l'événement, les OEM ont concédé sans exception que la puissance et le potentiel de l'impression numérique restaient sous-exploités dans la production imprimée d'aujourd'hui.

Selon IT Strategies, « les produits finis imprimés sur les marchés commerciaux et industriels, c'est-à-dire au-delà de la seule bureautique, représentent un volume de dépenses de plus de 57 milliards de dollars.

Leur part est d'environ 9 % de l'équivalent de dépenses analogiques. En termes de sorties physiques, le numérique représente 1,3 % de l'ensemble de l'impression analogique – 668 milliards de pages A4, à comparer aux quelque 51 000 milliards d'A4 imprimés en analogique. »

Nous pensons que si les acteurs opérant plus en amont de la chaîne d'approvisionnement, entendez plus près des consommateurs (notamment, les graphistes, les directeurs artistiques, et les spécialistes marketing des marques et des agences), connaissaient toutes les possibilités et la valeur intrinsèque de l'impression numérique, la situation telle que nous l'avons esquissée changerait du tout au tout, auquel cas la demande d'imprimé numérique décollerait.

Qui vient à Pure Digital ?

Des directeurs artistiques, des designers, des architectes d'intérieur, des responsables de marques, des spécialistes du marketing, des architectes, des concepteurs d'emballages, des gérants de magasins éphémères, des étalagistes, des organisateurs d'événements, des artisans, des fournisseurs et des prestataires de services de marketing et d'impression.

L'événement ne s'adresse-t-il pas au secteur créatif ? Pourquoi les imprimeurs s'y rendraient-ils ?

Les imprimeurs qui se considèrent comme faisant partie intégrante du secteur créatif viendront visiter Pure Digital. Ce qui ne dépend pas de la taille de leur entreprise, mais plutôt de leur vision et du fait d'avoir ou non



Un concept complet
pour tous vos travaux
d'impression!

Moderna Printing,
votre spécialiste pour magazines, catalogues,
folders, périodiques ... Impression feuille,
impression rotative, piqûre métal, dos carré
collé et préparation postale.

Tout sous un même toit !

**On s'occupe de tout
pour vous.**

moderna
P R I N T I N G
WORKMANSHIP SINCE 1947

Schoebroekstraat 50 | B-3583 PAAL-BERINGEN
Tel. +32(0)11.450.100 | sales@moderna.be
www.moderna.be



Philosophy of high-quality inks

essence of passion

epple
DRUCKFARBEN



**OFFICIAL
EPPL
PARTNER**



Koningin Astridlaan 61
1780 Wemmel
T: (00 32) 2 456 88 26
info@quermia-graphics.be
www.quermia-graphics.be

manroland
B E N E L U X

Koningin Astridlaan 61
1780 Wemmel

tel. 02 456 87 04 of 02 456 87 08
pressroom@manrolandbenelux.be

compris que l'avenir est davantage dans la création de produits susceptibles d'offrir une grande valeur ajoutée au client, tout en leur ménageant de meilleures marges.

Comment comptez-vous les attirer ?

Les gens fréquentent des événements pour y puiser l'inspiration, résoudre des problèmes et nouer des contacts avec leurs pairs. L'expérience que nous proposons aux visiteurs de Pure Digital leur permettra de voir, entendre et toucher les toutes dernières applications créatives de l'impression numérique. De quoi constater de visu à quel point elle est aujourd'hui devenue rapide, flexible et tout simplement fantastique.

L'événement a toutefois été conçu par et pour le secteur créatif. Il ne s'agit pas d'un salon graphique conventionnel. On y trouvera, par exemple, un studio de création et d'impression en plein travail, des exposés de top-designers et une foule de possibilités d' étoffer son réseau par des contacts de qualité. Les plus grandes marques et les principaux fournisseurs dans le domaine du print y seront également présents : la crème du secteur bien décidée à sensibiliser la prochaine génération de designers, directeurs artistiques et professionnels du marketing à tout le potentiel de l'impression numérique.

Qui seront les exposants et que vont-ils montrer ?

Des fournisseurs de technologies d'impression, des constructeurs de machines, des éditeurs de logiciels et des fabricants d'encres, de supports et de consommables participeront en tant qu'exposants, de même que certains OEM. Ils montreront des applications et certains feront venir des clients sur leur stand pour parler aux créatifs des possibilités d'impression inspirantes qui existent aujourd'hui.

Comment entendez-vous développer cet événement ?

Nous sommes d'avis que la collaboration est très importante. Il existe un groupe dominant de prestataires de services d'impression, qui représentent environ 3 % du marché et s'y entendent à vendre la puissance créative de l'imprimé. Les autres considèrent l'imprimé comme un bien de consommation dont seul le prix compte. La croissance de l'impression numérique s'en trouve ainsi freinée parce la connaissance sur le potentiel du digital reste cantonnée à une petite partie du marché.

Pouvez-vous nous en dire plus sur l'expérience que vous souhaitez créer ?

Nous pensons que le visiteur doit être préparé à entreprendre un voyage. Et pour y arriver, nous devons, nous et les exposants, susciter auprès d'eux une expérience qui les interpelle et les inspire. Nous invitons pour ce faire des graphistes éminents à venir s'exprimer en tant qu'orateurs et nous mettons une plate-forme de conception à la disposition de designers. Ils pourront laisser libre cours à leur imagination en donnant naissance à des applications d'impression numérique pour différents environnements, que ce soit à domicile, au travail, dans le monde du commerce ou dans les loisirs. Des emballages à la déco d'intérieur en passant par l'impression documentaire, on y

verra la démonstration de tout ce que le secteur créatif a laissé échapper ces dernières années faute d'avoir accordé une attention suffisante au marketing digital.

Pourquoi le choix d'Amsterdam pour lancer cet événement ?

Amsterdam est l'endroit rêvé pour un événement tel que Pure Digital. La ville bouillonne de créativité et elle occupe le premier plan dans des secteurs comme la mode, le design d'intérieur et l'architecture. Elle est aussi un centre de médias florissant. Selon le site « iamsterdam », plus de 16 000 personnes y sont occupées dans le secteur créatif, au service d'entreprises néerlandaises et étrangères. Le pouvoir d'attraction de la métropole est donc évident et il ne tient pas au hasard. Le secteur créatif amstelo-damois a une longue histoire, et la ville occupe une place prééminente dans son domaine, au même titre que Londres, Paris ou New York. Un atout naturellement précieux pour l'organisateur d'un salon désireux de focaliser l'attention sur la créativité de l'impression numérique.

Amsterdam est aussi, en dehors du Royaume-Uni, la plus grande ville d'Europe où l'on parle l'anglais, ce qui renforce encore son profil international comme berceau d'un événement créatif.

Pure Digital se déroule en même temps que « Building Holland ». Quelle valeur ajoutée en attendez-vous ?

« Building Holland » est le salon numéro au Benelux pour le secteur du bâtiment et de la construction, tant d'extérieur que d'intérieur. Cet événement créa-

tif est fréquenté par plus de 12 000 personnes, dont des architectes et des designers d'intérieur. « Pure Digital » est organisé sur le même site pour que les événements puissent facilement attirer mutuellement leur public respectif, tout en offrant une valeur ajoutée aux visiteurs comme aux exposants.

Y voyez-vous un événement limité aux Pays-bas ?

Non, l'événement a une dimension européenne. Mais nous avons choisi Amsterdam pour son profil créatif unique, et aussi parce que la ville est le deuxième nœud de communication d'Europe pour ce qui est du transport de personnes. Elle est aisément accessible, surtout pour qui habite ou travaille dans le nord de l'Europe.

Quel genre d'imprimés seront montrés à « Pure Digital », selon vous ?

L'accent est mis sur l'impression numérique, et ce dans toutes les applications avec lesquelles le secteur créatif doit se familiariser : visuels grand format, documents, imprimés décoratifs et emballages. Mais ce sont surtout la créativité et les applications qui sont mises en avant : les possibilités de personnalisation, la manière dont l'imprimé numérique doit offrir aux designers la liberté d'expérimenter avec des concepts innovants, et la rapidité avec laquelle l'impression numérique permet de les concrétiser dans un produit fini. Autant d'aspects sur lesquels nous savons que le secteur créatif souhaite être plus amplement informé. ■

Pure Digital : du 17 au 19 avril au RAI d'Amsterdam