PERSONALIZACIÓN

Un nuevo impulso al papel pintado

El papel pintado está en pleno auge. Sin embargo, conoció tiempos muy difíciles en estas dos últimas décadas. El público lo abandonó, se le consideró de mal gusto. Después de la gran abundancia floral y psicodélica en los años 70, las paredes de las casas conocieron un largo período de pintura blanca. La decoración estaba en otro lado, en todo caso ya no estaba en el papel pintado. Hoy vuelve con entusiasmo y con numerosos recursos: colores audaces, efectos sorprendentes, costes que compiten con la pintura y nuevas propuestas para su utilización.



Papel pintado en un hotel

ran parte de la producción está impresa en heliograbado. El grabado de los cilindros que se necesitan para la impresión es muy costoso sea cual sea la cantidad de unidades. El heliograbado, la flexografía o incluso el offset no son técnicas con las que se pueda apostar por diseños atrevidos ya que el color blanco en particular y los tonos lisos y sobrios en general suelen gustar más al público.

La gama de lujo se enriquece con el aporte de la serigrafía o acabados como la costura ... La producción mucho más costosa se centra en el efecto sensorial: relieve, materia, aroma, luz.

Decoración y personalización: un dúo ganador

La gama personalizada lleva poco tiempo en desarrollo. Su auge se debe principalmente al impacto de la impresión digital que abre caminos a las series muy pequeñas y a la producción unitaria. La personalización del pintado mural busca dos posicionamientos: el BtoC con nuevos productores que son los decoradores, los distribuidores de papel pintado. Se orienta directamente al público en general que busca consumir sobre pedido y se guía por la moda del papel pintado destacado como elemento aislado de decoración. Para los distribuidores, la personalización está reservada por ahora a un nicho de mercado. En cuanto a los decoradores y diseñadores, la impresión digital les permite alimentar la etapa diseño-proyecto. Producir prototipos

unitarios despliega la gama de posibilidades y estimula su creatividad. Se permiten apuestas mucho más audaces.

En el terreno del BtoB esta nueva aplicación se desarrolla mucho más rápidamente. Los heliograbadores se equipan digitalmente para beneficiarse de la flexibilidad de producción que ofrece la impresión digital.

Los profesionales de la comunicación visual, por su lado, ya están equipados para otras aplicaciones gran formato. Sus clientes: museos, cadenas de tiendas, hoteles y restaurantes, sedes sociales demandan una oferta de comunicación global por un lado pero combinada con un marketing focalizado al mismo tiempo.



Papel pintado formando parte de la decoración de la nueva colección en una tienda de ropa



Papel pintado en un Museo

Por ejemplo, la inversión de HP en el software HP Wall-art, asociado con las tintas látex HP Designjet L26500 y el papel no tejido Ahlstrom compuestos de fibras sintéticas de reciclaje. HP Wallart combina referencias profesionales (diseño de pre-impresión, validación del cliente, las limitaciones plantean) y la facilidad de acceso (intuitivo, biblioteca visual) para los distribuidores y decoradores que diversifican su oferta y sus negocios. El objetivo es el desarrollo de una nueva aplicación para ampliar la actividad existente de decoración de la pared. Ver presentación del software: http://youtu.be/00_ODKNP4TY

El papel pintado se inserta perfectamente en una oferta global de decoración que desarrollará la experiencia personal que viven los consumidores y los visitantes con las paredes. Una comunicación personalizada (geografía,



Papel pintado en una zapatería

temporada, colección, identidad visual, ...) y con soportes variados que implementa un universo y hace posible una sensación de inmersión.

Fuente: C! Print Madrid* Dpto. Prensa *La feria C!Print Madrid y su taller de demostraciones Nova Live que tendrán lugar del 7 al 9 de octubre de 2014 en Madrid (Pabellón de Cristal) presentarán las nuevas aplicaciones tecnológicas de las soluciones de impresión, corte y acabados, y los nuevos soportes para dar ideas y creer oportunidades de mercado para los profesionales de los campos siguientes: comunicación visual, decoración de interiores, diseño de puntos de venta, fotografía, packaging, etc. Para mas información: www.salon-cprint.es

C!PRINT MADRID

Una apuesta por la innovación

En 2014, 656 Groupe, empresa francesa especializada en la organización de eventos y la edición de revistas profesionales, lanza en España un nuevo salón dedicado a la impresión, la personalización y la comunicación visual. Este nuevo evento cuenta ya con el apoyo de marcas líderes del mercado como HP, Roland, Mimaki, Hexis y Dickson coating, además de sus distribuidores. Del 7 al 9 de octubre, 80 expositores presentarán sus productos y servicios en la Casa de Campo en la primera edición de C!Print Madrid.



656 Groupe va al encuentro del mercado español con el lanzamiento de "C!Print Madrid", que tendrá lugar entre el 7 y el 9 de octubre de este año. La empresa francesa realizará esta transferencia de conocimiento e innovación a través de su filial española SC6, con sede en Barcelona. El grupo, a la cabeza de varios salones en Francia, se dispone de esta forma a replicar, adaptar y personalizar al mercado español un modelo que ya se ha utilizado con éxito: como su homólogo francés, C!Print Madrid busca presentar todas las técnicas de impresión y personalización, con un enfoque innovador, demostrativo y transversal. Además, este salón proclama su apertura a todos los nuevos mercados relacionados con el sector de la impresión: decoración, arquitectura comercial, diseño, medios digitales, fotografía ...

Según Guillaume Abou, director de 656 Groupe, el mercado español reúne todas las condiciones para propiciar la creación de un nuevo salón de la impresión y la comunicación visual: "Con 33 expositores ya confirmados, los principales líderes del mercado nos apoyan en esta iniciativa, al

igual que las asociaciones profesionales y la prensa especializada. En un momento en el que el mercado español muestra señas de recuperación, nos ha parecido indispensable aportar un evento que busca ofrecer un nuevo enfoque y soluciones innovadoras a todos los actores de este mercado".

Un evento con mucho apoyo

El formato de C!Print Madrid va a permitir acoger a 80 expositores, fabricantes y proveedores de máquinas de impresión, de corte, de acabado, distribuidores y fabricantes de consumibles, de soportes y de medios ... A principios de abril, 33 empresas ya habían reservado su stand, todos ellos actores europeos y españoles de primerísimo nivel.

Un salón, varios espacios

C!Print Madrid incluirá un taller de 600 m2, Nova Live, que presentará las técnicas a través de sus aplicaciones concretas. Se trata de un concepto único en Europa, que permite descubrir la comunicación visual de otra manera. Este salón de "nueva gene-

ración" otorga una gran importancia a las demostraciones y presentará también un espacio dedicado a los talleres técnicos, mientras que en el espacio central habrá una zona de conferencias y mesas redondas, desarrolladas entre profesionales del sector y la prensa del mercado al completo. Asimismo, un bar gratuito permitirá a los expositores y a sus clientes alargar sus encuentros comerciales en un ambiente distendido.

Confían en C!Print Madrid y nos cuentan por qué

"Os esperamos el próximo mes de octubre en el salón C!Print, que tendrá lugar en Madrid. Juntos participaremos en un salón que reunirá a todo el mundo del sector de la rotulación, del diseño, del interiorismo, de la decoración, de la arquitectura, para entender lo que es "digitalizar un mercado" y lo que es verdaderamente la impresión digital, pero con aplicaciones y soluciones a su medida." Xavier Armengou, Director de Ventas de DIB, Iberia y Mena, Roland DG Iberia.

"Pienso que el cliente no quiere solo impresiones bonitas sino impresiones que él pueda imprimir y que pueda adaptar a su negocio. Así, con el taller de demostración del salón (Nova Live), los visitantes podrán ver en el flujo de producción cómo se puede hacer una aplicación particular en un entorno real." Miguel Blázquez, Director de **M2M.**

"C!Print es un salón diferente, es un salón nuevo para la gente que quiere hacer algo diferente: arquitectos, gente de interiores, personas que están trabajando con textiles, con vidrio, impresores, que quieren saber un poco más. C!Print es un salón que tendrá lugar en Madrid. Mimaki apoya este salón porque estamos fabricando máquinas interesantes para trabajar estas materias y desarrollar estas aplicaciones. Si quieres ver más, entrar en contacto esos nuevos mercados y desarrollar tu negocio, ¡entonces no te puedes perder C!Print Madrid 2014!" Mike Horsten, Director de Marketing de Mimaki Europe.

"Estamos muy esperanzados y entusiasmados con el exitoso

concepto de C!Print, que queremos que C!Print presente en España con el taller Nova Live, dedicado a la presentación de las nuevas aplicaciones en directo. Desde HP creemos en esta apuesta por un mundo de aplicaciones y de oportunidades para nuestros clientes. Estamos trabajando con la organización de C!Print desde hace algún tiempo para arrancar este nuevo pro-

^{RA} EDICIÓN OVADOR E COMUNICACION VISUAL TIL-PERSONALIZACION www.salon-cprint.es BELLON DE CRIS

yecto, prestando especial atención a todo el entorno de aplicaciones, y para mostrar a los clientes todas las nuevas oportunidades que tendremos en C!Print España. ¡Os esperamos en Madrid!" Oscar Vidal, South Europe Business Manager de **HP**.

"Creo que C!Print es un nuevo concepto de salón, más interactivo, que ayudará a los visitantes a comprender las posibilidades de aplicación de los productos expuestos", Xavier Casas, Director General de **Hexis Graphics España**

www.salon-cprint.es

GUILLAUME ABOU, DIRECTOR DE C!PRINT ESPAÑA

"Hemos modelado un evento en el que los precios están ajustados, con un máximo de servicios incluidos y contenido"

Guillaume Abou (45) desarrolló su carrera en el ámbito de la serigrafía textil antes de crear, en el año 2001, la empresa 656 Editions, que dirige desde entonces. Esta sociedad edita títulos de prensa profesional y organiza eventos profesionales desde 2007.



¿Por qué C!Print España?

En 2008, creamos en Francia los salones CTCO (dedicados al objeto y al textil promocional) y C!Print (dedicado al universo de la impresión y todos los mercados de la comunicación visual) siguiendo un modelo bastante diferente de los salones tradicionales. ¡Con mucho éxito, puesto que ambos salones, organizados en paralelo, van a reunir a unos 500 expositores el próximo año! Consideramos que el mercado español necesitaba renovarse y por esta razón decidimos realizar la feria C!print España, liderada por algunos de los principales actores de la industria que exponen en Francia.

¿Qué sectores aglutinan como oferta expositora? ¿Y como visitantes?

Aunque contemos con numerosos grandes protagonistas de la impresión entre nuestros expositores, no deseamos que este evento se limite a las técnicas. Debe posicionarse claramente en el conjunto del "workflow"

C!Print recibirá por lo tanto a los constructores de material y de medios líderes en sus respectivas áreas (HP, Roland, Mimaki, Hexis, etc.) y a distribuidores de múltiples marcas. Pero también nos enfocaremos en todos los otros oficios que se desarrollan en torno a la impresión con el fin de brindar "soluciones globales" a los visitantes: creación gráfica y softwares de pre impresión, acabado y recorte, medios digitales y contenido, soportes varios, técnicas de instalación, etc.

En cuanto a los visitantes, más allá del objetivo principal que son los impresores y los transformadores, en todo soporte y formato, la especificidad de C!Print es también dirigirse a los prescriptores (agencias de comunicación, diseñadores, arquitectos y otros desarrolladores), así como a los clientes finales. Estos últimos tienen una necesidad cada vez mayor de información sobre las soluciones innovadoras en términos de impresión, de acabado y de personalización.

¿Qué puede encontrar un visitante en C!Print España que no haya visto en otras ferias, tanto nacionales como internaciona-

les? ¿Cuál sería el valor añadido de C!Print España?

Como organizadores de salones, somos ante todo profesionales de la industria de la comunicación visual y, por esta razón, damos seguimiento a este sector de actividad desde hace años y analizamos su evolución permanentemente.

Observamos una verdadera mutación en este mercado, los compartimentos que separan los oficios desaparecen totalmente, los pedidos de los clientes se vuelven cada vez más globales. Para ser capaz de satisfacer las expectativas de estos nuevos mercados, los profesionales deben incorporar nuevas técnicas y nuevas habilidades ... Necesitan ver toda la gama de las aplicaciones, pero también requieren que se les acompañe para incorporarlas, y creo que es realmente en el aspecto del acompañamiento en el que podemos brindar un valor añadido con el salón.

¿Cómo ve el ánimo de los empresarios del sector? ¿Qué respuesta han recibido de las empresas importantes del sector?

Hemos tenido un muy buen recibimiento de la mayoría de los grandes protagonistas del mercado. Aprecian que C!Print es una oportunidad para dinamizar nuevamente al mercado con un evento más fresco, más moderno.

¡El proyecto NOVA también despierta mucha curiosidad! En el corazón del salón de 800 m2, vamos a mostrar en este taller en vivo más de 150 aplicaciones en los campos de la decoración de interiores, del retail design, de la personalización ... Este proyecto responde perfectamente a lo que piden los expositores cuyas demostraciones técnicas estarán realmente acompañadas y puestas en contexto durante 3 días.

¿Qué previsiones tienen en cuanto al número de expositores y superficie de exposición para esta primera edición de la feria?

Se esperan de 80 a 100 expositores, en 8000 m2 de hall. Estamos convencidos de que el mercado español necesita un evento de calidad, muy profesional, con riqueza de contenidos e informaciones. Por esta razón no buscamos volumen a toda costa para esta primera edición, sino la calidad del nivel de información.

¿Qué pretende aportar C!Print España?

Como le decía, nuestro conocimiento del mercado nos permite aportar mucho contenido a los visitantes. La idea es guiar e informar a los visitantes de manera concreta a través de los talleres, de las conferencias y de las demostraciones; se trata de orientar a los visitantes para permitirles aprovechar las nuevas oportunidades que nacen de la evolución de su mercado.

Nuestro salón se centra en facilitarles el trabajo al mostrar las nuevas aplicaciones en su contexto y analizar también, en asociación con los expositores, todas las otras áreas ligadas que es necesario dominar cuando se desea abordar un nuevo mercado: creación gráfica, servicios asociados, software, técnicas de instalación, gestión ... Todos ellos aspectos diversos que, en conjunto, aportan una verdadera SOLUCIÓN a los visitantes.

Hace unos meses Ifema inició acciones para organizar otra feria en Madrid ¿Cómo vivieron esta situación?

Efectivamente, hace algunos meses IFEMA anunció su intención de organizar un salón en 2014, pero finalmente se echo para atrás, considerando quizás un evento en 2015. ¡Contando a Graphispag serían 3 salones y no creemos que haya espacio para 3 salones en el mercado! El caso es que estamos en conversaciones con IFEMA, a los que ya conocíamos; quizás estas conversaciones lleven a un acuerdo, por ahora somos incapaces de decir nada concreto al respecto.

¿Cómo se vive desde una organización ferial la actual situación de la economía? ¿Qué les diría a los empresarios que no creen en el concepto tradicional de feria comercial?

Entiendo perfectamente la reacción de ciertas empresas que ya no creen en el salón como medio de desarrollo de sus negocios, ya que algunos organizadores se durmieron sobre lo adquirido durante años y no aportaban nada nuevo a la industria. El Viscom de Reed es un ejemplo de este declinar y numerosos actores conservan un mal recuerdo de las últimas ediciones. Por suerte, el salón como medio de dinamización y desarrollo empresarial ha cambiado totalmente en estos últimos años. Tanto es así que creamos nuestro propio modelo de salón en 2007, ¡justo al inicio de la crisis! Y pienso que finalmente eso fue una ventaja, ya que nos obligó a privilegiar el RSI de los expositores. De esta manera, hemos modelado un evento en el que los precios están ajustados, con un máximo de servicios incluidos y contenido... pero sobre todo, un trabajo previo considerable de nuestra organización para identificar los nuevos sectores más portadores, la decoración de interiores, por ejemplo, y darse los medios para atraer a nuevos visitantes.

¿Qué actividades paralelas y concretas se van a llevar a cabo para atraer a los clientes de los expositores?

Entre otras acciones concretas, estamos firmando numerosos acuerdos de colaboración con asociaciones especializadas en los sectores que nos interesan: AEACP (Asociación española de agencias de comunicación publicitaria), Agencias de España, Associacio empresarial de publicitat, Federación nacional de empresas de publicidad, AGEP (Asociación general de empresas de publicidad), Feigraf (Federación Nacional de Industrias Gráficas), Consejo General de Colegios Oficiales de Decoradores y Diseñadores de interior, Collegi Oficial de Disseny Gráfic de Catalunya, etc.

Desde su visión privilegiada ¿Cuáles son los principales problemas a los que tiene que hacer frente el sector? ¿Y cuál es su visión de cara a un corto, medio y largo plazo?

La mayor dificultad proviene de la necesidad de abordar los oficios de la comunicación visual de manera totalmente transversal y global. En serigrafía, se debe incorporar lo digital; un impresor digital va a tener que interesarse por las técnicas de anuncios digitales dinámicos; asimismo, la sección software se vuelve cada vez más importante: ciertas actividades deben ponerse a crear gráficamente cuando se contentaban con imprimir... Todos estos cambios alteran muchísimo a las empresas porque les exigen incorporar nuevas habilidades.

De ahí nace esta necesidad crucial de información y acompañamiento. Es el desafío de C!Print y de su equipo: contribuir a la evolución de nuestra industria y acompañar a las empresas en este nuevo proceso.