



Comunicado de prensa
Barcelona, 14 de septiembre de 2014

«Los salones profesionales deben reinventarse... pero seguirán siendo indispensables»

Del 7 al 9 de octubre, tendrá lugar en Madrid C!Print, el nuevo salón de la personalización y de la comunicación visual. Esta primera edición no es una primera prueba para el organizador 656 Groupe, quien ya organizó con éxito C!Print Lyon en Francia, con un concepto de evento diferente. Para su primer salón en España, lo ha dejado todo en manos de Guillaume Santana. Apoyado por «el ecosistema 656» y su modelo ya probado, junto con un equipo local pluridisciplinario, el responsable del salón C!Print Madrid nos habla de la génesis del proyecto y nos cuenta sus impresiones y objetivos en vísperas del evento.

¿Cómo llegó 656 Groupe, empresa francesa, a crear un nuevo salón en España?

Guillaume Santana, responsable del salón C!Print Madrid: El mercado español de la comunicación visual ya casi no tenía eventos profesionales desde la decisión de Reed Exhibitions de cerrar Viscom, al mismo tiempo que una decena de otros salones en España. Sólo quedó Graphispag, cuya última edición tuvo lugar en febrero de 2013 y la próxima está prevista para marzo de 2015. Paralelamente, en Francia, el salón C!Print de Lyon demostró un éxito creciente y su organizador 656 tenía ganas de duplicar su modelo en algún otro sitio de Europa. Ha bastado con que algunos grandes actores del mercado, fabricantes y marcas líderes en Europa expresasen también esta necesidad, para convencer a 656 de que había llegado el momento.

¿Sigue pensando que el mercado todavía necesita un salón profesional?

Es cierto que el mercado ha vivido numerosas mutaciones y sus expectativas han cambiado. Primero, a principios de los años 2000, con la primera ola de internet, todo el mundo creó su sitio para presentar sus gamas de productos. Después, la aparición de las compañías aéreas low cost permitió que los impresores y transformadores españoles acudiesen más fácilmente a las grandes citas europeas como Fespa. Esto ayudó a agotar las visitas de los salones tradicionales en España. Y, con menos salones nacionales, los distribuidores lo compensaron organizando jornadas de puertas abiertas o roadshows como el Roland Experience Day. Sin embargo, seguimos convencidos de algo: el salón es un medio que no se puede sustituir, pero ¡no se puede hacer de cualquier forma! El modelo de negocio de un

salón en 2014 ya no es el de 1994... Actualmente, el visitante no va a desplazarse sólo para descubrir novedades y ver máquinas de impresión, necesita que se le expliquen cosas acerca de su actividad, su negocio y que se le enseñen cuales son las nuevas aplicaciones.

Al haber trabajado durante mucho tiempo con un organizador de eventos más «tradicional»*, sé que C!Print Madrid será sin duda algo diferente.

¿Por qué este nuevo salón es tan novedoso?

En primer lugar, por el valor añadido que aporta 656: una empresa que conoce su mercado y que sabe hablar con él. Organizar un evento es mucho más que vender metros cuadrados o enviar invitaciones... Nuestro modelo consiste en producir contenidos para interesar a nuestra audiencia, captar los objetivos adecuados y de ese modo animar a una comunidad profesional durante el salón, pero también los 362 y otros días del año. Establecemos mensajes definidos y los difundimos utilizando diferentes métodos: en newsletters, artículos y publicidades en las revistas del sector, en nuestra propia publicación *C!Print News* editada en primavera y en septiembre, en nuestros sitios y boletines informativos.

¿Están además muy presentes en las redes sociales?

Sí, tenemos una gran experiencia en este ámbito que se traduce por una presencia activa en las redes sociales y una estrategia de adquisición de contactos que da realmente sus frutos. Lo que va a generar el compromiso del visitante para desplazarse, es justamente la multiplicidad de los mensajes y de los canales de difusión. Pero cuidado, es cierto que «regamos», pero lo hacemos al pie del árbol. No se trata de comunicar por todos los lados a millones de contactos; más bien hablamos de miles pero muy cualificados. A día de hoy, por ejemplo, tenemos cerca de 1 000 contactos en LinkedIn y 4 600 seguidores en Twitter. La comunidad C!Print en España está tomando forma.

Concretamente, ¿qué van a proponer a los visitantes de C!Print Madrid?

Teníamos el objetivo de 80 expositores, a día de hoy son 130 los que van a ocupar toda la planta alta del Pabellón de Cristal, es decir, 8 000 m². Por lo tanto, la oferta será muy amplia y con una gran dimensión internacional, ya que, además de los distribuidores españoles en soportes y soluciones de impresión y de personalización, tendremos entre los expositores a fabricantes europeos, como: SwissQprint, Mutoh, Agfa, Caldera, Re-board...

Insisto mucho en esta gran variedad de perfiles, con empresas procedentes de todas las comunidades autónomas, pero también empresas que vendrán de Francia, Suiza, Alemania, Bélgica, Polonia, Países Bajos, UK, Portugal... Al igual, cabe destacar que C!Print ha sabido convencer a empresas que ya no participaban en salones desde hace mucho tiempo, por ejemplo, Brigal, FL Materiales, Brildor....

Por otra parte, conscientes de las realidades y expectativas del mercado, también hemos abierto nuestro espacio de exposición a algunas empresas de *leasing* especializadas como Infibail y Grenke, que ofrecen alquiler de material de impresión. Podrán asesorar y aportar su experiencia a las empresas que todavía no tienen la posibilidad de lanzarse en un proyecto de inversión. No cabe duda de que los visitantes apreciarán esta estrategia de apertura a la vez innovadora y pragmática por parte de un salón profesional.

Además de este abanico de expositores tan representativo, C!Print aportará a los visitantes lo nunca visto en materia de contenido con el Fablab (laboratorio de fabricación) Nova de C!Print que permitirá ver soluciones en directo y aplicaciones sobre la comunicación visual y la decoración de interiores presentadas en su contexto.

Se añaden un programa de talleres y conferencias, un espacio CTCO dedicado a los objetos y productos textiles publicitarios, así como demostraciones como el Charlie's Corner, animado por un experto mundial de los efectos especiales en serigrafía, un taller de marcado de camisetas en directo y el «Caldera production Desk», un miniestudio encargado de gestionar el volumen de trabajo del Taller Nova... ¡habrá mucho para ver y aprender!

¿Cuáles son sus ambiciones para esta primera edición? Según usted, ¿qué objetivos se deberían alcanzar para que fuese un éxito?

El mercado es quien se encarga de decir si un evento ha tenido éxito o no. En todo caso, todo nuestro equipo trabaja en este sentido: yo mismo y Raquel Isidro para la comercialización y la coordinación del proyecto, pero también, nuestra responsable marketing para las colaboraciones, un responsable de comunicación y digital media, un equipo específico para la logística, otro para las relaciones con los visitantes - que comprueba individualmente el perfil de cada visitante registrado previamente -

En efecto, nuestro principal objetivo, es la calidad de las visitas. Para nosotros, la cantidad es menos determinante aunque evidentemente, esperamos que la gente acuda a la cita.

*** Guillaume Santana, en resumido...**

Guillaume Santana, franco-español, perfectamente bilingüe, licenciado en gestión y comercio tras realizar sus estudios en Francia, Canadá y México, se integró en el equipo de 656 Editions a finales del 2013. Anteriormente, trabajó en GL Events, como project manager para el salón mundial de la piscina (600 expositores, 18 000 visitantes).

Nova by C!Print: ¿quiénes son los colaboradores del Taller?

Numerosos líderes de los sectores de la impresión, de la personalización y de la comunicación visual han aceptado ser colaboradores técnicos del taller.

Máquinas: Roland, HP, Mutoh, Agfa, SwissQPrint, Zund - Sign Tronic, Digidelta - Mimaki - Netscreen, Brother - Grupo FB, Gravograph, Brildor, Epson, SEFA...

Soportes: Dickson Coatings, Decal, Javier Herranz, Hexis, Reboard, Chemica Chromaluxe, Gildan...

Programas y web: Caldera, Deconetwork, Fotolia...