Comunicado de prensa,
Barcelona, 3 de noviembre 2014

«C!Print es el concepto de salón que el mercado español esperaba»

¿Cuál es su sensación después de la primera edición de C!Print Madrid con 7 539 visitantes en 3 días? ¿Se esperaba tal éxito?
Guillaume Santana, Director del salón: En efecto, estos resultados nos llenan de satisfacción. Pero el éxito de un salón no se mide sólo en términos de afluencia. Para nosotros, lo esencial también está en otra parte. Con una oferta de expositores muy amplia (142) y visitantes que confirmaron su presencia desde todos los rincones de España, el éxito de C!Print Madrid es sobre todo el de un concepto. El enfoque es totalmente nuevo para el mercado español: SC6 Organización , filial de 656 Editions, es un organizador de salones, especialista en el sector. En la actualidad, ya no podemos contentarnos con organizar el encuentro entre vendedores y compradores como son los expositores y visitantes. C!Print Madrid va más lejos al ofrecer un contenido real para estimular y alimentar una comunidad profesional cada vez más amplia.

¿Ha actuado en su favor la recuperación económica actual después de una crisis que ha azotado fuertemente el sector?
Crisis o no, sin duda alguna nos estaban esperando... incluso diría que estaban al acecho. Es verdad que hace 2 años que no había un salón profesional de la impresión y que los grandes fabricantes de máquinas y soportes sufrieron el cese repentino de Viscom en 2012. No es fácil imponerse como organizador procedente de Francia, incluso a pesar de que la excelente reputación de C!Print Lyon era claramente una ventaja para ganar la confianza del mercado.
Sin embargo, no es la falta de salones en España la que explica el éxito del nuestro. Nuestro deseo era complacer las expectativas con un concepto pertinente e innovador, como el vaivén disruptivo que vive el mercado desde hace unos años.

Ha sido especialmente importante la cobertura por parte de la prensa profesional antes y después del evento. También estaban muy presentes en las redes sociales... ¿Qué parte ocupa esta comunicación multicanal en su estrategia?
Es indispensable para alcanzar con precisión cada segmento del mercado. Por ejemplo, el sitio web del salón es mucho más que un escaparate institucional, es un verdadero blog de información del sector. A esto se añaden nuestras aplicaciones, campañas de ciberbuzoneo, adquisición de contactos en las redes profesionales Linkedin, Twitter y Facebook (https://www.linkedin.com/in/cprintmadrid, https://twitter.com/CPrint_Madrid y https://www.facebook.com/cprintespana) el objetivo no era sólo captar a los visitantes, sino animar a la comunidad.
Además, esta mentalidad comunitaria se ha hecho sentir durante los 3 días de salón. Gracias a las actividades organizadas y a la energía general que se desprendía con unos organizadores, expositores y colaboradores tan implicados, hemos conseguido dar un tono distendido a nuestro evento profesional. Perfectamente integrados al salón, todos nuestros talleres, *workshops* y nuestras conferencias se han desarrollado ante un público numeroso y atento, deseoso de aprender y de intercambiar ideas.
Además, el FabLab Nova by C!Print desempeñó su papel de polo de atracción presentando las aplicaciones de la impresión en la personalización, decoración... También hubo demostraciones de serigrafía sobre camisetas con nuestro experto Charlie Taublieb y el concurso de autofotos, el "Selfie Contest".
Los visitantes y expositores lo entendieron perfectamente: A C!Print Madrid se viene a trabajar, a hacer negocios (numerosos expositores han registrado pedidos firmes), pero no a aburrirse: ¡el ambiente agradable no tenía por qué ser secundario! De esta forma, respetamos plenamente nuestro papel de salón profesional: participar en la dinamización de un sector de actividad económico generador de valor y de empleos en España.

¿De qué forma trabajaron con las asociaciones profesionales y federaciones del sector?
Todas las organizaciones representativas del mercado estuvieron a nuestro lado: FESPA España, Aserluz, AEACP, Agencias de España, AGEP, AGM, Feigraf, ASPACK, Associació Empresarial de Publicitat, Consejo General de Colegios Oficiales de Decoradores y Diseñadores de Interior, Col·legi Oficial de Disseny Grafic de Catalunya, ESMA, FNEP…
Más que el término de «colaboradores», prefiero el de «*co-working*». Realmente construimos nuestro contenido, conferencias y talleres mano a mano con las asociaciones profesionales.

La segunda edición de C!Print Madrid está anunciada del 6 al 8 de octubre de 2015. ¿Sobre qué aspectos van a trabajar para mejorar todavía más el concepto?
Sabemos que en cuanto al lugar de exposición, en Casa de Campo, no todo el mundo está satisfecho por motivos de acceso y de logística. Estamos trabajando para mejorar estos aspectos.

Sin embargo, estamos convencidos de que cada uno debe hacer su trabajo y el nuestro se basa en un conocimiento preciso de las necesidades, de las expectativas del mercado de la comunicación visual y de la industria de la personalización.

En la actualidad, ¿quién tiene la capacidad de elaborar un contenido y difundir en los canales correctos? ¡Desde luego, no va a ser un recinto ferial! En SC6, la producción de información y la comunicación es un poco el «clic and collect» trasladado al mundo de la organización de eventos: crear el compromiso para que el internauta que nos pide información se convierta en un visitante de nuestro salón.

¿Están seguros de que sus expositores les seguirán en 2015?
Después del salón, el Comité de C!Print Madrid, compuesto por 25 empresas líderes (fabricantes de máquinas o de medios, distribuidores y asociaciones profesionales) confirmaron oficialmente que apoyan nuestro concepto y que estarían presentes en 2015. Está claro, ¡el mercado siempre preferirá un buen salón en un sitio que no es perfecto que lo contrario! ¡Lo ideal sería el buen salón en un buen sitio!

Histórico de 656 Editions / SC6:

Empresa fundada en 2001
Equipo compuesto por 30 empleados a jornada complete

Nuestras actividades:

Nuestros salones

*CTCO: Lyon, Francia: Salón del textil promocional y del objeto publicitario creado en 2008 (previamente «Communiquez textile ! »)
-> 236 expositores y 8 703 visitantes por la edición de 2014

*Premium Sourcing: Paris, Francia: Salón de los encuentros del regalo de negocios, objetos publicitarios y textil promocional creado en 2011
-> 117 expositores y 1 862 visitantes por la edición de 2014

*C!Print : Lyon, Francia: Salón de la comunicación visual y de la personalización creado en 2013
-> 180 expositores y 9 043 visitantes por la edición de 2014

*C!Print : Madrid, España: Salón de la comunicación visual y de la personalización creado en 2014
-> 142 expositores y 7 539 visitantes por la edición de 2014

*La Plataforma: Lyon, Francia: Salón de proveedores de servicios y de soluciones de comunicación creado en 2014

Nuestras revistas:

*Visible: Revista de la Federación de la Comunicación Visual creada en 2012
-> 4 000 ejemplares difundidos por trimestre
*C!Mag: Revista del textil promocional, del objeto publicitario y de todas las técnicas de personalización creada en 2010.
-> 5 000 ejemplares difundidos por mes

Nuestro blog:

*Industries Créatives: Blog de los mercados de las artes gráficas, de la personalización y de la comunicación visual, creado en 2012, XX visitantes únicos al mes
-> 8 000 visitas mensuales