

Viscom Paris 2010

Le marché des professionnels de la communication visuelle s'organise

Rendez-vous très attendu des professionnels de l'industrie graphique, des prescripteurs et des annonceurs, Viscom Paris 2010 ouvrira ses portes du 21 au 23 septembre prochain, à Paris. Pour offrir une meilleure accessibilité aux visiteurs internationaux, le salon part de la Porte de Versailles pour le Parc des Expositions de Paris Nord Villepinte. Sa surface d'exposition brute atteint 15 000 m². Viscom Paris 2010 reste structuré en quatre grands secteurs d'activité. Segmentation qui a fait ses preuves lors de la précédente édition puisqu'elle a permis de renforcer les messages dédiés aux acheteurs/utilisateurs finaux et aux prescripteurs, et aussi de valoriser la diversité du marché. Les deux espaces dédiés à la communication audiovisuelle dynamique, « Digital Media By Viscom® », et à la mise en scène d'applications innovantes, « Imag'in by Viscom® », sont également reconduits.

Le mercredi 22 septembre est prévue une grande soirée, « la Viscom Night » pour tous les acteurs du marché qu'ils soient exposants, utilisateurs, ou prescripteurs. Cette soirée sera une opportunité supplémentaire d'échanges entre professionnels.

Pendant trois jours, du 21 au 23 septembre 2010, au salon Viscom Paris, les 250 exposants (dont 35 % d'origine internationale) illustreront la diversité et la pertinence de l'offre des différents marchés de la communication visuelle.

Les changements de sectorisation initiés en 2009 ayant porté leurs fruits et satisfait les visiteurs de Viscom Paris, le salon sera clairement délimité en grands pôles :
« **enseigne/signalétique** », « **impression numérique, sérigraphie** »,
« **découpe/marquage/gravure/ finition** », « **affichage numérique dynamique** ».

La répartition de l'offre, sera très proche de celle de 2009 : 34 % concernait alors l'enseigne et la signalétique, 30 % l'impression numérique, 14 % la découpe, la gravure et le marquage, 14 % la finition et la sérigraphie et, enfin, 8 % l'affichage numérique.

Quelques tendances de fond

Quelques tendances de fond se dessinent sur la nature de l'offre et la stratégie des exposants. **La reconduction de la participation des plus grands acteurs du marché de l'enseigne et de la signalétique** se confirme.

L'offre en affichage numérique dynamique poursuit son développement, à un rythme encore modéré. Reconduit, **l'espace « Digital Media By Viscom® »** est réorienté vers les solutions d'affichage dynamique adaptées à la communication, c'est-à-dire vers les solutions de signalétique dynamique (solutions Led, plasma, LCD...).

En matière de supports, la palette se diversifie et devient plus représentative de l'offre internationale. Les fabricants internationaux étant en effet beaucoup mieux représentés par la distribution française.

Autre mutation significative : **les constructeurs de matériels et les fournisseurs de supports deviennent des prescripteurs**. En mettant en scène des solutions très globales, de l'amont à l'aval, ils répondent à la demande des clients finaux (agences de communication, architectes d'intérieur, directeurs marketing...), qui depuis six ans visitent le salon, d'abord accompagnés des prescripteurs, aujourd'hui seuls.

Viscom Paris 2010 : un salon très pratique

Face au succès de **l'espace « Imag'in by Viscom® »**, lancé en 2009, Viscom Paris a décidé de renouveler l'expérience : situé au cœur du salon, il s'agrandit de 100 m² à 150 m². Dédié à la mise en scène, de façon originale, d'applications choisies parmi les plus innovantes du marché, Imag'in by Viscom® a en effet largement retenu l'attention des visiteurs. Il leur a permis de découvrir la grande diversité des applications que l'on retrouve dans la vie quotidienne.

Comme à chaque édition, Viscom Paris 2010 exposera de nombreuses innovations. Les plus attendues concernent la communication durable (comme l'impression UV, alternative à l'impression jet d'encre) et l'impression textile, pour remplacer l'impression sur bâche (support qu'il faut recycler).