

Viscom Paris 2009
Le salon professionnel de la communication visuelle

22, 23, 24 septembre 2009
Parc des Expositions – Paris – Porte de Versailles – Pavillon 7.3
www.viscom-paris.com
190 exposants
Fréquentation : 10.546 professionnels
80 pays représentés

Viscom Paris 2009 La dimension internationale de l'événement se confirme !

Rendez-vous attendu des professionnels de l'industrie graphique, des prescripteurs et des annonceurs, Viscom Paris 2009 se tiendra du 22 au 24 septembre 2009, à la Porte de Versailles – Pavillon 7.3. Seront ainsi réunis au total 190 exposants sur une surface sensiblement augmentée par rapport à 2007. Avec Quatre secteurs d'activité très clairement délimités : « enseigne/signalétique », « impression/découpe/gravure », « affichage numérique » et « agence de communication/création », et des parcours de visites bien documentés, c'est une véritable plateforme didactique et débordante d'innovations qui s'ouvre aux visiteurs.

Laurent Noël, Directeur de Viscom Paris 2009 s'exprime.

A trois semaines de l'ouverture de Viscom Paris 2009, une édition inédite de Viscom, quel premier bilan faites-vous quant à la participation des entreprises ?

Nous sommes, très clairement, au début d'un nouveau cycle pour Viscom car, dans les esprits, l'alternance entre **Viscom Europe** et **Viscom France** apparaît bel et bien finie. Pour sa première édition sous cet intitulé, **Viscom Paris** a en effet déjà pris une dimension très internationale. Pour preuve ? La Chine et la Corée mais aussi l'Italie, et l'Espagne... ont opté pour des stands très vastes. Et pas moins d'une centaine de pays seront représentés au salon, tant par les exposants que par les visiteurs.

Dans la galerie « Imag'in by Viscom » seront mises en scène les différentes techniques de communication visuelle exposées sur Viscom. Pouvez-vous nous décrire ce nouvel espace ?

Parce que les annonceurs et prescripteurs représentent aujourd'hui près d'un tiers de nos visiteurs, nous leur avons dédié un nouvel espace de 130 m², la galerie « **Imag'in by Viscom** ». L'idée a été de mettre à l'honneur la qualité, la maîtrise technique et tout le savoir-faire des exposants, en reconstituant deux espaces : un intérieur et un extérieur de maison. Pour l'espace intérieur, il s'agit tout simplement d'une salle à manger, décorée de papiers, rideaux et tapis imprimés, et remplie de meubles et lampadaires décorés, de couverts et d'assiettes personnalisés...

Cet espace va nous permettre de valoriser les solutions disponibles pour le secteur de la décoration, qui devrait à terme se développer largement, ainsi l'impression textile, l'impression 3D par sublimation ou sur papier Canson (digigraphie). L'espace extérieur – une façade de maison, un jardin, un trottoir, une rue - sera quant à lui animé d'écrans et de solutions graphiques extérieures telles qu'une cloison graph' fit trompe-l'œil, un sapin en reboard, un gazon par « adhésivage » au sol...

Viscom Paris conserve la tradition de Viscom, c'est le lieu des débats interprofessionnels. Quels seront donc, cette année, les thèmes abordés dans les conférences plénières ?

Viscom Paris se veut la référence du marché. De ce fait, pour ce qui est des conférences, les thèmes doivent coller à l'actualité ou répondre à des préoccupations très pratiques. Ainsi, le thème « **Les enseignes : c'est beau une ville la nuit** » nous illustreront la bonne santé économique d'un secteur dans une période de crise. « **La communication éthique et responsable** » rappellera les exigences environnementales – comme la prise en compte de la pollution visuelle – liés aux nouveaux médias interactifs urbains. « **L'état des lieux des technologies de la communication textile** » et « **Communication visuelle et Décoration** » seront, une nouvelle fois, l'occasion de souligner combien l'innovation est porteuse, surtout si elle va dans le sens du développement durable. Pour les trois autres conférences l'approche sera concrète avec pour objectif d'apporter des informations pratiques. Les thèmes abordés seront : « **L'impression grand format : les coulisses d'une campagne réussie** » ; « **La communication audiovisuelle dynamique : conception, gestion et développement de projets, choix de matériels, mesure de l'audience...** » ; et « **La communication audiovisuelle dynamique : opportunités de développement outdoor, en points de vente...** ».

Vous aviez souhaité faciliter la visite de Viscom Paris 2009. Quelles solutions avez-vous donc mises en place ?

La délimitation des différents secteurs d'activité a par exemple été accentuée, pour renforcer les messages dédiés aux acheteurs/utilisateurs finaux et aux prescripteurs mais aussi pour valoriser la diversité du domaine. Les quatre parcours de visite, mis en place en 2007, ont aussi été reconduits, mais étendus et mieux signalés. Ainsi, 34 entreprises se sont inscrites pour « **Innovation** », 31 pour « **Développement durable et communication visuelle** », 21 pour « **Communication textile** » et 17 pour « **Communication audiovisuelle dynamique** ». Ce qui est une vraie réussite !