

Sisustusalan ja printin rooli nykypäivän markkinoilla

THINK DÉCOR

JOHDANTO

Euroopan
sisustusalan
nykytila

PERSPEKTIIVI

Tärkeimmät sisustusalaan
muokkaavat trendit

VISIO

Painopalvelujen tarjoajille
avautuvat mahdollisuudet



Canon

Sisältö

03 JOHDANTO

04 SISUSTUS TÄNÄÄN

06 SISUSTUS HUOMENNA

10 ELÄMYSTEN
LUONTI
AISTIMARKKINOINNILLA12 PAINOALAN
NOUSEVIA TRENDEJÄ

14 DESIGNIA SISUSTUKSEEN

16 INNOVAATION
TULEVAISUUS

18 3D-TULOUSTUS

20 PÄÄTELMÄT

23 UUDET ASKELEET



“

Sisustus on tilan varustamista tai koristamista muodikkailta tai kauniilla asioilla

”

"Yritykset luovat tunnepohjaisen yhteyden asiakkaisiinsa kertomalla tarinan, johon tuote tai palvelu nivoutuu."

Ulkoasiainministeriö, EU

Sisustustrendit muuttuvat jatkuvasti. Oli kyse sitten sisustuksen kaupallisista toteutuksista toimistoissa, myymälätiloissa ja hotellien sviiteissä tai yksityisasiakkaista, sisustusalan uudet suuntaukset edellyttävät sisustussuunnittelijoilta enemmän mukautuvuutta, persoonallisuutta ja dynaamisuutta kuin koskaan aiemmin – mikä ei ole suuri ihme itseilmaisuuden tarpeen vaikuttaessa Euroopan talouteen.

Erilaiset toimijat yrityksistä ja teollisista ympäristöistä aina kotiviihteen uuteen aaltoon paneutuvat paraikaa sisustussovellusten käyttömahdollisuuksiin. Tämän suuntauksen myötä teollisen printtialan arvioidaan kasvavan yli 107 miljardiin dollariin vuoteen 2020 mennessä.¹

Think Décor tutustuu trendeihin, jotka muovaavat tällä hetkellä Euroopan sisustusala – niin kuluttajien ja heidän jatkuvan yksilöllisyyden tarpeensa kuin tarvepohjaisen talouden osalta. Pohdimme myös, miten sekä brändit että kuluttajat auttavat määrittämään alan kasvua. Julkaisu tutkii alan tilannetta sekä nykypäivänä että tulevaisuudessa ja kertoo, miten painopalvelujen tarjoajat voivat hyödyntää tätä monipuolista markkina-aluetta luomalla täysin uusia ja mukautettuja elämyksiä printtiratkaisujen avulla. ○

1: The Future of Functional and Industrial Print to 2020, Smithers Pira, 2015

Sisustus tänään

Euroopan sisustusala ei näy hidastumisen merkkejä. Digitaalisten printtimarkkinoiden odotetaan saavuttavan 225 % vuoden 2013 arvostaan (120,9 miljardista dollarista) vuoteen 2024 mennessä.² Itse asiassa jotkin suurimmista suunnittelualan kasvusektoreista viime vuonna olivat tekstiilialalta, sisältäen vaatteet ja sisustuksen, pakkaukset, seinäpaperit ja sisustustekstiilit.³

Toimialasta riippumatta ihmisillä on pakkomielle mieltä, miltä asiat näyttävät. Suunnittelun noustessa keskipisteeseen on silti tärkeää pitää mielessä myös sisustuksen takana piilevät käytännön seikat, kuten kohdeyleisö, toiminnallisuus ja kustannukset.



Otetaan esimerkiksi **teollisuusympäristöjen suunnittelu**. Pääasiassa tämän alan suunnittelun tarkoitus on motivoida ja sitouttaa kiireisiä työläisiä, mutta samalla pitää lujittaa brändin identiteettiä ja tehdä vaikutus asiakkaaseen. Funktionaalisen ja teollisen sektorin tulostamisen raportoitiin olevan arvoltaan 67 miljardia dollaria vuonna 2015. Lähivuosina alalle on odotettavissa merkittävää kasvua, ja sen arvioidaan yltävän jopa 107 miljardiin dollariin vuonna 2020. Tulostetut sisustuselementit ja laminaatit, kuten lattiat, ovat nyt yksi alan nopeimmin kasvavimmista sovelluksista,⁴ johon digitaalinen tulostus tarjoaa täydellisen ratkaisun. Sisustuskäyttökohteiden valmistus onkin pian yhä useamman painopalvelun tarjoajan ulottuvilla.



Samaan tapaan **vähittäismyynnissä** kilpailua siivittää halu pitää olemassa olevat asiakkaat. Erinomainen esimerkki designin käyttämisestä elämysten luontiin on vähittäismyynniala, jonka tiivistäiset muutokset mahdollistavat joustavuuden ja tilojen uudistamisen tarvittaessa. Monikanavainen markkinointi on saanut vähittäismyyjät ajattelemaan uudelleen asennettua asiakaskokemukseen heidän yrittäessään luoda saumattoman myyntielämyksen kaikissa kanavissa. Vähittäismyynnin trendeillä voi olla lopulta valtava merkitys tulostettujen mainosmateriaalien kysyntään, sillä maailmanlaajuisesti myyntinedistämismateriaalien ja muiden mainosmateriaalien markkinoiden on ennustettu yltävän 49,8 miljardiin dollariin vuoteen 2020 mennessä.⁵



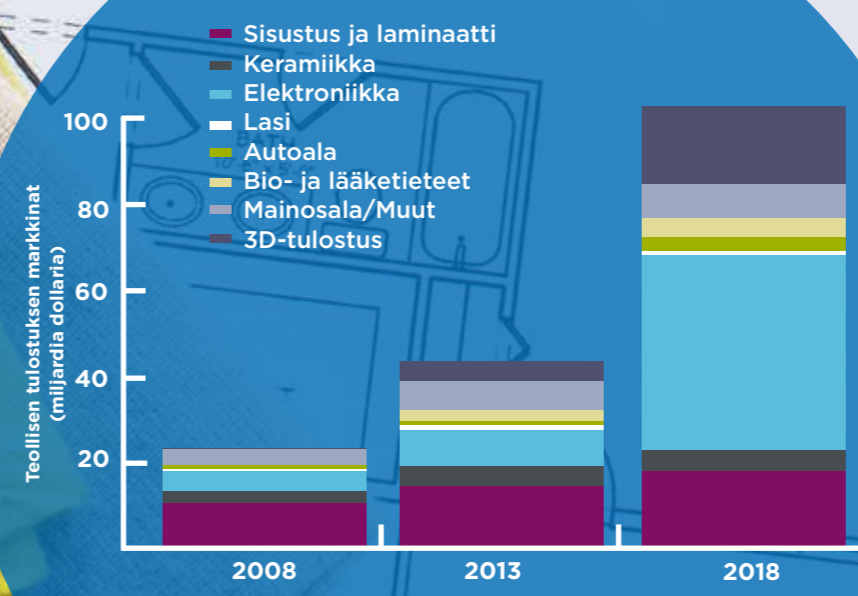
Toinen esimerkki on **hotelli- ja majoitusala**, jossa brändi on esillä kaikkialla. Vaikka sitä ei välttämättä heti huomaisikaan, kaikki pienet yksityiskohdat kertovat brändin tarinaa – koristeellisista pöydän kattauksista ja ravintoloiden ruokalistoista seinäkoristeisiin ja kangassateenvarjoihin. Visuaaliset elementit auttavat luomaan immersivisen elämyksen kuluttajille, ja suurkuvatulostimet voivatkin auttaa painopalvelujen tarjoajia herättämään luovan vision eloon.



Kuluttajien osalta painopiste on kotien viihtyvyydessä ja kaunistamisessa. Meidän halumme luoda itseämme edustava tila saa meidät kuluttamaan rahaa persoonallisiin sisustuselementteihin, olivat ne sitten tekstiilejä, seinäpaperia, lasia, keramiikkaa tai laminaattia. Digitaalinen tulostus sopii kuin nakutettu vallitsevaan kuluttajien aikakauteen. Maailmanlaajuisen kodinsisustusmarkkinoiden odotetaan yltävän 644 miljardiin dollariin vuoteen 2020 mennessä.⁶ Euroopassa kotitalouksille suunnattujen huonekaluverkkokauppojen myynti ylsi 30 miljardiin euroon jo pelkästään vuonna 2015.⁷ Kun mukautetut kodinsisustustuotteet ja niitä myyvät yritykset jatkavat kasvuaan IKEA ja muut johtavat yritykset etunenässä, lähivuosina on luvassa vain lisää kasvua.

Vaikka Euroopan sisustusala onkin kasvanut merkittävästi kuluneiden viiden vuoden aikana, tällä hetkellä havaittavissa olevat trendit muovaavat sen tulevaa kasvua. ○

2: The Future of Functional and Industrial Print to 2020, Smithers Pira, 2015
 3: "Global industry is upbeat for future", Print Week, 2015
 4: Industrial Printing market to reach over \$103 billion by 2018, Smithers Pira, 2014
 5: Printed PoS/signage market predicted to reach \$49.8 billion by 2020, Smithers Pira, 2015
 6: Home Decor Market by Product - Global Opportunity Analysis and Industry Forecast 2014 - 2020, Allied Market Research, 2015
 7: Home Decor Market by Product - Global Opportunity Analysis and Industry Forecast 2014 - 2020, Allied Market Research, 2015



Teolliset tulostusmarkkinat tuotteiden käyttökohteen mukaan 2008-2018



Sisustus huomenna



“

Mustesuihku lisää huomattavasti arvoa. Vaaditaan kuitenkin johtajuutta sekä valmistajilta että asiakkailta, jotta mustesuihku voi menestyä teollisessa prosessissa ja jotta voidaan varmistaa oikean ratkaisun luominen. Suuren mittakaavan teollisessa tuotantotulostuksessa se ei välttämättä ole helppoa, mutta mustesuihkutulostuksen tuoma joustavuus on vaivannäön, investoinnin ja ajankäytön arvoista. Kilpailuedun saavat ne toimijat, jotka tarttuvat tilaisuuteen ja investoivat mustesuihkuun nyt.

Marcus Timson, yksi Inprintin perustajista.

”

Identiteetin tarve on ominaista ihmisille. Haluamme pystyä selkeästi määrittämään, keitä me olemme muiden silmissä. Vaurauden kasvu on käynnistänyt itseilmaisuuden aallon, jonka myötä kuluttajat etsivät mahdollisuuksia oman brändi-identiteettinsä luontiin – persoonallisuuden, josta heidät tunnetaan ja muistetaan.

Samalla, kun kuluttajat etsivät yksilöllisyyden tunnetta, brändit etsivät tapoja ihmisten sitouttamiseen. Sisustusalan yritykset vastaavat kuluttajien yksilöllisyyden tarpeeseen antamalla heille tilaisuuden omien tuotteiden suunnitteluun. Digitaalinen tulostus täyttää tämän räätälöityjen palvelujen tarpeen täydellisesti tarjoamalla ratkaisuja, jotka toimivat kustomoinnin mahdollistavana alustana suhteellisen edulliseen hintaan – ja mikä tärkeintä, toimitusajat pysyvät lyhyinä. Painopalvelujen tarjoajat ja suunnittelijat sekä ymmärtävät että arvostavat ajan ja nopeuden merkitystä nykypäivän maailmassa. Esimerkiksi huonekalusuunnittelija Brad Sewell tarttui ajatukseen ajasta ja yhdisti sen suunnitteluprosessiin. Hänen Campaign-huonekalumallistonsa laadittiin varmistaen, että tuotteiden koko, muoto ja paino noudattivat UPS:n ja FedExin säädöksiä. Näin varmistettiin sujuva toimitus

ja helppo asennus, ja kuluttajat saivat kätevästi koko huonekalun samana toimituspäivänä.⁸

On tärkeää huomata, että vaikka pienemmän mittakaavan kaupallinen tulostus onkin hyvin pitkälti keskittynyt kuluttajakokemukseen, teollinen tulostus on keskittynyt paljon enemmän tuotantoon ja tuotantomenetelmiin. Se selittää, miksi digitaalisten menetelmien omaksuminen on ollut hitaampaa tällä toimialalla. Nykypäivänä IKEAn kaltaisten yritysten voittokulku osoittaa puoliksi mukautettavan sisustuksen kasvun yksilötasolla. Toisaalta tulostuspalvelut, kuten The Print Foundry, ovat jo alkaneet hyödyntää asiakkaiden kasvavaa halua saada yksilöllisiä painatuksia kotiensa sisustukseen. Tulevaisuudessa odotettavissa on yhä enemmän muutoksia ja painopisteen siirtymä. Etenkin mustesuihkutulostus kasvaa erityisen lupaavasti.

Digitaalisen painamisen ja tulostuksen merkitys on kasvamassa kaupallisessa painamisessa. Vuonna 2008 mustesuihkutulostuksen osuus teollisesta tulostuksesta oli alle 5 %, vuonna 2012 se oli yli 19 % ja vuonna 2018 Smithers Pira ennustaa mustesuihkutulostuksen arvon olevan yli 30 % markkinoista.⁹

Jopa McDonaldsin kaltaiset toimijat vetoavat identiteettiimme uudistamalla myymälöidensä sisustuksen värikkäällä grafiikalla, joka puhuttelee kuluttajia eri tavoin.¹⁰ Kun brändit keskittyvät konsepteihin, painopalvelujen tarjoajat herättävät vision eloon tuottamalla luovaa materiaalia, jonka kanssa kuluttajat voivat olla vuorovaikutuksessa. Lehtisistä ja julisteista suurikokoisiin mainostauluihin – nopea, edullinen ja laadukas digitaalinen tulostus auttaa yrityksiä toteuttamaan monikanavaisia markkinointikampanjoita päivittäin. >

“

Digitaalinen tulostaminen on tehokas ja helppo tapa muuttaa luovuus ainutlaatuisiksi projekteiksi. Sen avulla voimme kehittää eksklusiivisia alueita ja yksilöidä erilaisia toimipaikkoja, kuten hotelleja ja ravintoloita. Pitääpä meidän sitten luoda mukautettu seinämaalaukset, seinäpaperi tai ikkunatarra, käytämme digitaalista tulostusta niin taiteellisiin kuin käytännönkin sovelluksiin.

Michael Berman, Schoos Designin toimitusjohtaja ”

Luonnollisesti uusimman teknologian käytölle sisustusalalla esiintyy myös vastustusta – monet teolliset painoyritykset ovat investoineet raskaasti analogiseen painamiseen, ja hyvästä syystä. Lattianvalmistuksessa esimerkiksi digitaalinen mustesuihkuteknologia ei ole useinkaan käytännöllisin ratkaisu. Painoerät ovat valtavia, ja laadukkaan tuotannon kysyntä on suurta. Puhumattakaan siitä, että valmiin tuotteen on oltava tukeva ja kestävä. Jokaisen uuden teknologian on ponnisteltava enemmän saadakseen hyväksyntää markkinoilla, joilla toimittaisiin mieluiten entiseen totuttuun tapaan. Näin ollen teollisen tulostuksen täysi siirtymä vie vielä aikaa.

InPrintin sisustustutkimuksen 2016 mukaan sisustussovellusten, kuten keramiikan, osalta pääasiallinen tekijä digitaalisen tulostuksen käyttöönottopäätöksessä on se, auttaako se yritystä tulemaan tehokkaammaksi ja pärjäämään paremmin kilpailussa. Luova potentiaali ei aina riitä, vaikka se onkin tärkeää. Maailma muuttuu, ja kaikki toimialat tuottavat nyt yhä pienempiä tuote-eriä. Se johtuu loppuasiakkaiden usein ja nopeasti muuttuvasta kysynnästä. Analogisuus itsessään ei sovi tähän suuntaukseen. Digitaalisuus sopii. Kun lattiaelementtejä valmistavat tuotantoyritykset ymmärtävät tämän täysin, ne vaihtavat uuteen teknologiaan saadakseen digitaalisuuden tarjoamia joustavia tuotantovaihtoehtoja, jotka auttavat niitä pysymään kilpailun kärjessä ja viime kädessä säästämään rahaa. ○





Me vietämme
elämästämme
80 %
sisätiloissa

Elämysten luonti aisti- markkinoinnilla

“...maailmassa, jossa digitaaliset laitteet dominoivat, pelkän näkö- tai kuuloaistin rajat ylittävällä mainonnalla on mahdollisuus onnistua erittäin tehokkaasti kuluttajien sitouttamisessa.” – Marketing Week

Vähittäismyyntibrändit alkavat ymmärtää sisustukseen kätkeytyvän aistien ja psykologian merkityksen. Vaikka aistimarkkinointi on vielä nouseva suuntaus, sillä alkaa jo olla syvälinen vaikutus vähittäismyynti- ja majoitusalaan.

Vietämme keskimäärin 80 prosenttia¹¹ elämästämme sisätiloissa, joten ei ole ihmeäkään, että ympäristöllä on meihin niin dramaattinen vaikutus. Oli sitten kyse tuottavuudestamme, mielialaamme tai yleiseen hyvinvointiimme vaikuttamisesta, ympäristöllämme on tärkeä merkitys. Vuodesta 2016 asiantuntijat ovat ennustaneet todellisuusmarkkinoinnin voimakasta nousua, ja aisteihin perustuvien lisättyjen elämysten käytön, kuten 4D-elokuvan ja -videon, arvioidaan lisääntyvän seuraavalla vuosikymmenellä.¹²

Ihmisten luontainen herkkyys ympäristölle on kannustanut hakeutumaan ympäristöihin, joilla on tiettyjä ominaisuuksia. Fyysinen mukavuus on hyvä esimerkki: ihmiset viihtyvät tiloissa, joiden lämpötila on sopiva ja jotka ovat fysiologisesti mukavia – tutuissa tiloissa, jotka tarjoavat kuitenkin sopivan määrän virikkeitä. Brändit alkavat vasta havaita, miten tärkeää on vedota jokaiseen viiteen aistiin, ja ne investoivat moniaistillisiin markkinointikampanjoihin, joissa printtiratkaisuilla on suuri merkitys.

Suuren profiilin esimerkki aistimarkkinoinnista oli McCainin ”hajumainoskampanja”, joka oli käytössä 10 bussipysäkillä Isossa-Britanniassa Ready Made Jackets -perunoiden mainostukseen. Bussipysäkeille asennettiin suuria mainosjulisteita 3D-lasikuituperunoista, jotka painiketta painamalla kuumenivat ja alkoivat tuoksua uuniperunalta. Julisteista sai myös tarjouskuponkeja, jotka kannustivat asiakkaita kokeilemaan Ready Made Jackets -uuniperunoita.

Nykypäivän tulostimille saatavilla olevien moniaististen ratkaisujen kasvu on jännittävä mahdollisuus kaikille, jotka haluavat erottua massasta. Moni kuitenkin yhä empii tähän alueeseen tutustumista, koska ei tiedä mistä tai miten aloittaa. Sellaiset painopalvelujen tarjoajat, jotka ovat valmiita pyytämään apua alan asiantuntijoilta ja laajentamaan tarjontansa kattamaan moniaistisia ratkaisuja, saavat kuitenkin todeta vaivannäkönsä kannattaneen. Luvassa on muun muassa mahdollisuuksia työskennellä joidenkin todella innovatiivisten kampanjoiden parissa. ○

¹¹ Christine Piotrowski, Becoming an interior designer: A guide to careers in design
¹² Top sensory marketing trends for 2016, Marketing Week, 2016

Printin nousevia trendejä

“

Kisassa innovatiivisemman, kestävämmän ja älykkäämmän sisustuksen luomisessa digitaalinen teknologia on tehokas mahdollistaja.

Giora Elkeslasi,
Elkeslasi Surface Design

”

Sisustusalalan trendien jatkuvasti muuttuessa ja kehittyessä suunnittelijat pyrkivät hyödyntämään tulostusteknologian edistysaskelia ottamalla enemmän riskejä sisustusmaailmassa.¹³

Otetaan esimerkiksi 3D-tulostettu kuituoptiikka. Opiskelija M. Grossl loi 3D-tulostamalla modulaarisen valaistusjärjestelmän käytettäväksi sisustusympäristöissä. Järjestelmä muodostaa 3D-tulostetuilla elementeillä modulaarisen kennorakenteen, joka voidaan mukauttaa sopimaan mihin tahansa tilaan. Entä 3D-seinäpaperi? Suunnittelijat Kyra ja Robertson Hartnett twenty2:sta ryhtyivät yhteistyöhön newyorkilaisen taidekoulun Pratt Institutin kanssa. Yhdessä he loivat kokonaisen 3D-seinäpaperimalliston. Viitenä eri mallina saatavana oleva seinäpaperi tuottaa 3D-vaikutelman ilman erityisiä 3D-laseja.

Toinen esimerkki on mukautettavat keittiön roiske-suojalevyt, joihin suunnittelustudio Complete Graphics on vastikään ilmoittanut tarjoavansa yksilöintiä asiakkailleen digitaalista tulostusta hyödyntämällä. Nämä edistysaskeleet ovat osa kehitystä, jota IDC on kuvannut yritysten sitoutumiseksi digitaaliseen muutokseen seuraavalla vuosikymmenellä. Lopulta murros johtaa digitaaliseen talouteen. Esimerkki kehityksestä on israelilaisyritys Elkeslasi Surface Design, jonka digitaalisten alustojen käyttö on auttanut mullistamaan yrityksen työskentelytavan. Suunnittelijat voivat tehdä kokeiluja eri prosesseilla ja tekstuureilla ja luoda ainutlaatuisen sovellusten valikoiman. Tähän sisältyy digitaalisten teknologioiden käyttö muinaisen intarsiatiteen hyödyntämiseksi uusissa muodoissa. Intarsia on 1500-luvulta peräisin oleva menetelmä, jossa taitelijat punoivat viilupuuta rakenteeseen ja muodostivat siten koristeellisia kuvioita, malleja ja kuvia.

IDC uskoo digitaalisten liiketoimintastrategioiden laajenemisen vastaavan yli puolta yritysten IT-kulutuksesta vuoden 2016 jälkeen, jolloin laajenevasta digitaalisesta taloudesta tulee merkittävä, digitaalisten tuotantoketjujen ja jakelukanavien laajenemista edistävä tekijä. IDC ennustaa, että vuoteen 2018 mennessä yli puolet suurista yrityksistä luo teollisia pilvialustoja tai ryhtyy yhteistyöhön sellaisten kanssa laajentaakseen digitaalisia tuotanto- ja jakeluverkostojaan.

Vaikka on ilmeistä, että Euroopan sisustusalalla on suora vaikutus printtialaan, myös tulostusteknologiset innovaatiot vaikuttavat huomattavasti itse suunnitteluprosessiin. ○

Twenty2, 3D-seinäpaperi
Kuvan lähde: <http://www.digitaltrends.com>



3D-esineet ja -koristeet

3D-tulostamisen nopeus ja tarkkuus on vaikuttanut merkittävästi sisustusalaan. Sen tarjoamat mahdollisuudet erittäin tarkkojen mallien luontiin vain tunneissa on inspiroinut valtavasti lahjakkuutta, josta on syntynyt monenlaisia luomuksia koristeista ja leluista aina astioihin ja säiliöihin.

Julisteet ja tulosteet

Ainutlaatuiset taideteokset tuovat tilaan yksilöllisyyttä. Verkossa toimivien tilauksesta taidetta tulostavien vähittäismyyjien (esimerkiksi Society 6) kasvu on helpottanut riippumattoman taiteen nousua edullisessa hintaryhmässä.

Lattia

Teollisen tulostuksen mallien massatuotantoon tarjoamat mahdollisuudet ovat tehneet siitä ykkösvalinnan painetun lattian ja linoleumin tuottamiseen. Mukautetuimmissa projekteissa voidaan digitaalista tulostusta käyttämällä tuottaa kuvioita suoraan alustaan ja valmiiseen pintaan.

Tekstiilit

Tekstiilien maailmassa pinnoitusten ja aktiivisten materiaalien kaltaisia ominaisuuksia voidaan hyödyntää tehokkaammin digitaalisella tulostuksella kuin tavanomaisilla menetelmillä.

Seinänpäällysteet ja seinäpaperit

Tulostetut seinänpäällysteet ovat erinomaisia kaupallisissa tiloissa, kuten toimistoissa, myymälöissä ja kahviloissa. Niillä voidaan luoda vaikuttavia grafiikoita tai hienovaraisia ja teemallisia tyylejä tai tukea yrityksen brändiä.

Designia sisustukseen

Painopalvelujen tarjoajat voivat ylittää tulostuksen rajat ja luoda ainutlaatuisia tiloja, jotka valjastavat palvelukseensa uusimman digitaalisen ja 3D-tulostusteknologian. Tässä perehdymme muutamaan laajimmin käytettyihin sovelluksiin, joita voidaan hyödyntää mukautetun ympäristön luomiseksi.

Innovaatio- prosessi

Suurkuvatulostimet

FESPA ja teollisuuskonsulttiryitys InfoTrends ovat nimenneet suurkuvatulostuksen kiehtovimmaksi kasvusovellusalueeksi maailmanlaajuiset sisustustekstiilien markkinat, joiden arvo on 165 miljardia dollaria. Yhdessä 21,2 miljardin koristelaminaattimarkkinoiden kanssa 26 miljardin dollarin seinänpäällystesektori tarjoaa suurkuvatulostuksen tarjoajille useita mahdollisuuksia. Vastineeksi suurkuvatulostaminen voi auttaa nykypäivän massamukautuskysyntään vastaamisessa.

Digitaalinen tulostaminen on auttanut merkittävästi tilan yksilöinnissä. Sen etuja ovat pienet tulostuserät ja persoonallinen mukautus, joiden ansiosta sekä kuluttajat että yritysasiakkaat pystyvät luomaan ainutlaatuisen ilmeen kotiinsa tai yritykseensä – ympäristögraafikoista hotellien auloihin ja myymälöiden esittelytiloihin tai vaikkapa mukautettujen rakennusmateriaalien ja -pintojen luontiin. Digitaalinen tulostaminen pystyy loihtimaan esimerkiksi jäljitelmä-marmoripaneelit murto-osalla vastaavan oikean materiaalin hinnasta.

Kuten Canonin Think Personal -raportissa todettiin, suurkuvatulostus on myös yksinkertaistanut valmistus- ja tuotantoprosesseja, ja se optimoi tuottavuutta ja työnkulun laatua ennennäkemättömällä tavalla.

Nykyisin on tarjolla runsain mitoin verkkopohjaisia tarvepainamisen ratkaisuja, joiden ansiosta asiakkaat voivat toteuttaa luovuuttaan ja ilmaista itseään ainutlaatuisin tavoin. Lisäksi nähtävillä on uusia yhteyksiä fyysisten ja digitaalisten tuotteiden välille, mikä lisää entisestään markkinoiden dynaamisuutta. Web-to-print-ratkaisujen avulla kaikenkokoiset painopalvelujen tarjoajat pystyvät tarjoamaan personointia palveluna. Ohjelmistojen kehittyminen tarjoaa keinon tuotteiden mukauttamiseen kuvilla tai sisällöllä ilman erityistaitoja. Se tukee kasvavaa suuntausta, jossa asiakkaat luovat ja suunnittelevat itse omat tuotteensa ja sisältönsä.

Tukeakseen kasvuaan ja päämääräänsä tuoda 124 miljoonan punnan edestä parannuksia Boltonin koteihin ja kiinteistöihin Bolton at Home muutti kahteen uuteen toimistoon ja palkkasi suunnittelija Stella Corrallin varmistamaan, että myös toimiston sisustus heijasti organisaation visiota ja tavoitteita.

Corrall teki yhteistyötä Lintec Graphic Filmsin kanssa ja käytti yrityksen Vitrocolour-kalvotuotetta. Sen avulla hän pystyi haastamaan mielikuvituksen rajat ja tuottamaan optimaalisen työskentely-ympäristön ottaen huomioon niin valon kuin tilankin ja samaan aikaan takaamaan työn vaatiman yksityisyyden.

Suunnittelutiimi tutustui useisiin erilaisiin painotekhosteisiin, kuten leikkauksiin ja huurrettuihin ominaisuuksiin rohkean värin käytön ohella. Vitrocolour-materiaaliin voidaan painaa niin monia värejä kuin halutaan, mutta lisäksi sen avulla voidaan toteuttaa naarmuuntumisen kestäviä, värikkäitä ja katseita kerääviä lasipintojen käsittelyjä. Valon läpäisyä, väriä ja sijoittelua voidaan vaihdella ja luoda räätälöityä viimeistelyä tilan luonteeseen sopivaksi. ○

“

Jokaisella toimistolla on nyt erilainen tunnelma ja väripaletti, mistä syntyy silti yhtenäinen kiehtova työskentely-ympäristö

Suunnittelija Stella Corrall,
Lucentia Design,
enquiries@lucentia-design.com

”



3D-tulostus

3D-tulostuksen kehitys on vaikuttanut merkittävästi useisiin toimialoihin. Gartnerin ennusteiden mukaan loppukäyttäjien 3D-tulostimiin kuluttama summa kasvaa vuoden 2015 tasolta, 1,6 miljardista dollarista, noin 13,4 miljardiin dollariin vuoteen 2018 mennessä. Yksi PwC:n ennustamista suurimmista käyttökohteista on kodin sisustustarvikkeiden yksilöllinen tulostus.

3D-tulostus mullistaa valmistus- ja suunnitteluyritysten työskentelytavat ja tarjoaa useita mahdollisuuksia luoville toimialoille, etenkin sisustukseen. Kuten Canonin tuotesuunnitteluraportissa on todettu, 3D-tulostus tuo huomattavia etuja tuotesuunnitteluprosessiin.

On korvaamattoman arvokasta pystyä jakamaan tulostetut esiprototyypit ja määrittämään markkinoiden ja kuluttajien vastaanotto. Innovatiivista ajattelua voidaan kokeilla ja testejä tehdä useammin, minkä avulla vältytään hylkäykseltä ketjun myöhemmissä vaiheissa.

3D-tulostuksen laajemmat taloudelliset seuraamukset ovat myös merkittäviä: McKinsey Global Institutun tekemässä tutkimuksessa todettiin, että sillä voi olla jopa 550 miljardin dollarin vuotuinen vaikutus maailmanlaajuisen talouteen vuoteen 2025 mennessä.

3D-tulostinten saatavuus lisääntyy jatkuvasti ja ne tarjoavat suhteellisen nopeita ja edullisia prosesseja, joten 3D-tulostuksen vaikutusta sisustusalaan ei voi aliarvioida. 3D-tulostuksen avulla suunnittelijat voivat tehdä kokeiluja uusilla materiaaliyhdistelmillä, uusilla muodoilla ja rakenteilla, ja sitä käytetään jo nyt huonekalujen suunnittelussa ja tuotannossa, valaistuksessa ja erilaisissa koristeissa niin kaupallisissa ympäristöissä kuin kodeissakin.

Valaistussuunnittelija Robert Debanne käyttää 3D-tulostusta ajatellessaan perinteisiä tulostusmenetelmiä pidemmälle. Niistä hän saa työkaluja, joilla hän valaisee mosaiikkitoita ja geometrisia kuvioita moderneissa teoksissaan.

Se on myös erinomainen prosessi ainutlaatuisten, yksilöityjen esineiden luontiin. ○

“

3D-tulostus tarjoaa mahdollisuuden mukauttaa kaiken huonekaluista tarvikkeisiin. Pian ei enää vain muutama suunnittelija suunnittele tuotteita massoille, vaan miljoonat käyttäjät mukauttavat suunnittelijan tuotteita omaan makuunsa.

Janne Kyttänen, yksi hollantilaisen suunnittelustudion Freedom of Creationin perustajista

”

High tech -yrityksen akustinen katto:
akustistena ratkaisuna on käytetty alumiinipaneeleja, joissa on painatus ja jotka on taivutettu U:n muotoon (lamellit).
Elkeslasi Surface Design

Päätelmät

Tuotannon mahdollistaminen ei vielä riitä – myös myyntiä on saatava. Digitaalisesti tulostetun sisustuksen menestyksen edellytyksenä on, että yritykset haluavat sijoittaa siihen ja kasvattaa valikoimaansa oikeilla laitteilla ja oikealla asiantuntija-avulla. Nykypäivän mukautetussa, yksilöidyssä maailmassa digitaalisesti tulostettu sisustus muuttaa asuintilojamme, työskentely-ympäristöämme ja vapaa-ajanviettopaikkojamme. Parhaiten tästä pystyvät hyötymään juuri painopalvelujen tarjoajat. On jo merkittävää pystyä tarjoamaan mukautettuja tuotteita tai palveluja, mutta mahdollisuus tehdä se entistä laajemmalla mittakaavalla on jo mullistavaa.

Tiedämme kaikki printin voiman – tulostus- ja painotuotteita voidaan käyttää monella eri tavalla eri toimialoilla, alustavasta suunnittelusta aina lopputuotteeseen asti. Monet painopalvelujen tarjoajat käyttävät tulostusta jo nyt tavoilla, joita voidaan soveltaa moniin eri materiaaleihin. Mahdollisuudet ovat kuitenkin käytännössä loputtomat, ja kaikkien yritysten pitäisi selvittää, miten ne pystyvät käyttämään tulostusratkaisuja liiketoimintansa tehostamiseen ja tuottojensa parantamiseen. ○

“

Maailmanlaajuiset suuntaukset, kuten kestävä kehitys ja kierrätys, ovat hyvin voimakkaasti esillä nykypäivän sisustusalalla. Arkkitehdit ja suunnittelijat etsivät uusia tapoja ympäristön resurssien suojelemiseen. Samaan aikaan luonnollisten materiaalien, kuten sementin, ruosteen, puun ja marmorin, käyttö lisääntyy. Alammekin nähdä uudenlaisia ratkaisuja, joita kehittyvät teknologiat mahdollistavat.

”

Giora Elkeslasi, Elkeslasi Surface Design

David Tower -hotellin seinäverhoilu:
painetut alumiinikomposiittipaneelit,
Elkeslasi Surface Design

Seuraavat vaiheet

Tee omaa tutkimusta

Jos olet herkkä jokaiselle tilalle, jossa oleskelet ja vieraillet, tulet yllättymään digitaalisen suunnittelun mahdollisuuksien määrästä. Kiinnitä huomiota siihen, miten tulostusta käytetään tilojen somistuksessa ja sisustuksessa, ja kuinka suuri osa kohtaamastamme on digitaalisesti tulostettu.

On myös tärkeää huomioida, mihin alueisiin liiketoimintaasi voisi eniten kohdistaa. Sisustusmarkkinoiden eri osa-alueilla on erilaisia vaatimuksia.

Niitä voivat olla seuraavat:

- Arvokkaan tunnelman luonti esim. hotelleihin ja ravintoloihin
- Asiakaskokemukseen vaikuttaminen, esim. vähittäismyynnin toimipaikat
- Esteettisten ja toiminnallisten tilojen suunnittelu esim. kaupallisissa tiloissa ja sairaaloissa
- Personointi ja yksilöinti, esim. kuluttajamarkkinat

Arvioi nykyiset mahdollisuutesi

Pohdi, millä sisustuksen osa-alueilla digitaalisuutta on hyödynnetty eniten markkinoillasi. Onko sisustuksessa joitain paikallisia trendejä, jotka soveltuvat erityisen hyvin digitaaliseen kasvuun? Kuinka suositut personointi, mukautus ja yksilöinti on? Onko se riittävän hyvin kuluttajien saatavilla? Mieti lopuksi, mitä luovaa lahjakkuutta yrityksessäsi on ja mitä toimittajien ja asiakkaiden lahjakkuutta ja osaamista voit hyödyntää entistä paremmin. Materiaalivalmistajat kehittävät jatkuvasti uusia materiaaleja näille kasvaville markkinoille, joten pidä yhteyttä paikallisten toimittajien kanssa pysyäksesi kilpailun kärjessä ja pitääksesi uudet kehitysaskelut ulottuvillasi. Jos sinulla on olemassaolevia asiakkaita, joille voit tarjota sisustussovelluksia, siinä on täydellinen tilaisuus aloittaa.

Mieti tarvitsemaasi teknologiaa

Tarvepohjaisen talouden hyödyntämiseen on käytettävä digitaalisia työkulkuja ja prosesseja. Kysy itseltäsi, miten voit yhdistää digitaaliset tulostusmahdollisuutesi muihin prosesseihin ja kehittää ainutlaatuisia, luovia uusia vaihtoehtoja. Kyseessä voivat olla analogiset tulostusprosessit tai vaikkapa 3D-tulostus. Mitä painamista edeltäviä työkulkuohjelmistosta ja prosesseja esikäsittelyyn ja viimeistelyyn voit tutkia tai käyttää?

Paljon lisäarvoa tuovia tehosteita voidaan luoda tekstuureilla, jotka on luotu useilla mustekerroksilla. Voit valita myös lakkauksuvia tai muita erityisiä viimeistelytehosteita. Tee rohkeasti kokeiluja ja ylitä luovuutesi ja tulostuslaitteidesi rajat luodaksesi inspiroivia malleja ja näytteitä asiakkaillesi. Muista, että omaperäisyys on inspiraation salaisuus.

Johda omalla esimerkilläsi

Sisusta sitten omat toimitilasi digitaalisesti tulostetuilla sovelluksilla. Mikä olisikaan parempi tapa osoittaa tarjoamiesi palvelujen luovuus, laatu ja käyttökohteiden kirjo kuin niiden esittely käytännössä? Tutustu paikallisiin suunnittelu- ja sisustusnäyttelyihin ja etsi luovaa inspiraatiota ja konsepteja, jotka pitävät sinut innostuneena ja kilpailun kärjessä.

Käännä Canonin puoleen

Tuote- ja sovellusasiiantuntijamme sekä asiakaspäällikkömme auttavat sinua mielellään. Heillä on hyödynnettävissään yksi alan suurimmista tulostinvalikoimista, joka kattaa niin rullalta rullalle -tulostimet kuin arkkisyötteiset tuotantotulostimet, UV-tasotulostimet ja tasoleikkujärjestelmät, vesipohjaiset mustesuihkutulostimet sekä ainutlaatuiset CrystalPoint- ja Singlepass-tulostusjärjestelmät. Voimme auttaa sinua oppimaan uusia taitoja, jolla voit ylittää painotuotteiden ja materiaalien rajat ja tarjota laadukasta palvelua olemassa oleville tai mahdollisille uusille tulostusasiakkaillesi. ○



Mikado Art
Painetut alumiiniset Mikado-tikut,
Elkeslasi Surface Design

Jos haluat lisää uutisia alalta, tilaa
painotuoteyhteisölle suunnattu
lehtemme, Think Digital, osoitteesta
www.canon-europe.com/thinkdigital

Voit myös seurata keskustelua
Twitterissä nimellä @CanonProPrintUK

Canon