

Interiørdesignbransjen og bruk av trykt materiale i dagens marked

THINK DÉCOR

INNLEDNING

Dagens europeiske markedsplass for dekor

PERSPEKTIVER

De viktigste trendene som former området dekor

INNSIKT

Mulighetene for leverandører av trykktjenester



Canon

Innhold

- 03 **INNLEDNING**
- 04 **DAGENS DEKOR**
- 06 **MORGENDAGENS DEKOR**
- 10 **SKAPE EN OPPLEVELSE
MED SENSORISK
MARKEDSFØRING**
- 12 **FRAMVOKSENDE TRENDER
INNEN TRYKK**
- 14 **DEKOR MED DESIGN**
- 16 **FRAMTIDEN FOR
INNOVASJON**
- 18 **3D-PRINT**
- 20 **KONKLUSJON**
- 23 **NYE STEG**



«Bedrifter skaper en følelsesmessig forbindelse til kundene sine ved å fortelle en historie der produktet eller tjenesten inngår»

Utenriksdepartementet, EU

“

Dekorering er møblering eller pynting av et område med moderne eller vakre ting

”

Dekortrendene endrer seg konstant. Uansett om det er til forretningsmiljøer som kontorer, salgssteder og resepsjoner eller til individuelle forbrukere, så går trendene innen design mot mer tilpasningsdyktige, personlige og dynamiske interiørløsninger enn noensinne før – og det er ikke så rart i en europeisk økonomi som krever retten til å uttrykke seg selv.

Samlet vil veksten i markeder som nå utforsker dekorative løsninger i alt fra forretnings- og industrimiljøer til den nye bølgen innen hjemmeunderholdning bidra til en omsetning i den industrielle trykkbransjen på mer enn 107 milliarder USD i 2020.¹

Think Décor ser på trendene som i øyeblikket former den europeiske dekorbransjen – enten det er kunder og deres behov for individualitet eller presset fra en behovsøkonomi – og på hvordan både varemerker og kunder bidrar til å definere veksten. Vi vil også se på hvordan leverandører av trykktjenester (PSP-er) kan få sin del av dette varierte markedet både i dag og fremtiden ved å bruke utskriftsløsninger for å skape en helt skreddersydd opplevelse ○

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

Dagens dekor

Den europeiske dekorbransjen viser ingen tegn på nedbremsing, og markedet for digitalt trykk forventes å nå 225 % av sin 2013-verdi på 120,9 milliarder USD innen 2024.² Faktisk var noen av fjorårets største vekstsektorer innen design tekstil, klær, interiørdekor, emballasje, tapet og interiør.³

Vi strekker oss over en rekke forskjellige bransjer og er besatt av hvordan ting ser ut. Når designet spiller hovedrollen, er det imidlertid viktig at de praktiske betraktningene bak dekor, som f.eks. publikum, funksjon og kostnader, ikke blir oversett.



Ta for eksempel dekor til **industrielle miljøer**. Det blir primært brukt til å motivere og engasjere en travel arbeidsstyrke, men vi forventer også at det styrker varemerkets identitet samtidig som det gjør et inntrykk på kunden. I 2015 ble funksjonelt trykk og industrisektoren rapportert til å være verdt 67 milliarder USD. Den vil oppleve en markant økning de kommende årene og forventes å nå 107 milliarder USD i 2020. Trykt dekor og laminat, inklusiv gulvbelegg, er nå en av de raskest voksende bruksområdene i denne sektoren⁴ og hvor digitalt trykk gir den perfekte løsningen. Det å lage dekorløsninger innendørs er derfor i ferd med å bli en mer tilgjengelig nisje for leverandører av trykktjenester.



På samme måte drives konkurransen i **detaljhandelssektoren** av ønsket om å holde på kundene. Et glimrende eksempel på hvordan design blir brukt til å skape en opplevelse, er der detaljhandelens omskiftelighet introduserer konseptet med fleksibilitet, som gjør det mulig å oppfriske områder ved behov. Oppgangen i omnikanal markedsføring har drevet forhandlere til å tenke nytt rundt kundeopplevelsen, med det formål å skape en sømløs detaljhandelsopplevelse på tvers av alle kanaler. Detaljhandelstrender kan til syvende og sist få stor innflytelse på etterspørselen etter trykt skilting, og det globale markedet for trykt reklame i butikk og detaljhandelsskilting spås å nå 49,8 milliarder USD i 2020.⁵



Et annet eksempel er innen **besøksnæringen**, der varemerket er overalt. Selv om vi antakelig ikke bemerker det med en gang, så brukes de små detaljene – fra dekorative duker og restaurantmenyer til veggbekledninger og stoffparaplyer – som en helhet, for å fortelle historien til varemerket. Der visuelle påminnelser hjelper til med å skape en oppslukende opplevelse for kunder, kan skrivere i bredformat hjelpe leverandører av trykktjenester med å levendegjøre en kreativ visjon.



Når det gjelder **forbrukerne**, så ligger fokuset på å gjøre hjemmene mer attraktive. Vårt ønske om et hjem som representerer oss, enten det er gjennom stoffer, tapet, glass, keramikk eller laminat, har bidratt til å øke etterspørselen etter svært tilpassede interiørelementer. Digitalt trykk ble laget til kundens tidsalder, der det globale markedet for hjemmedekor forventes å nå 644 milliarder USD i 2020.⁶ I Europa nådde nettsalget av hjemmeinnredning 30 milliarder EUR alene i 2015.⁷ Med veksten i skreddersydde hjemmedekorprodukter og -forretninger i Europa, inklusiv ledende forhandlere som IKEA, er det sannsynlig at vi vil se større markedsvekst i de kommende årene.

Mens den europeiske dekorindustrien har vokst markant de siste fem årene, er det trendene vi ser i dag som vil legge føring for den framtidige veksten. ○

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



Marked for industrielt trykk etter produktanvendelse 2008-2018

Morgendagens dekor

Mennesker drives av et behov for identitet. Vi vil kunne definere klart hvem vi er for andre. Velstandsveksten har bare fremmet selvtilliten, med kunder som nå søker å skape sin egen merkeidentitet – en personlighet som de både blir anerkjent og husket for.

Men mens kundene søker følelsen av det unike, søker varemerkene måter å holde dem engasjert på. Interiørdesignfirmaer oppfyller kunders behov for individualitet ved å gi dem muligheten til å designe sine egne produkter. Digitalt trykk imøtekommer perfekt dette behovet for skreddersydde tjenester, med løsninger som ikke bare gir en plattform for tilpasning, men til en relativt lav kostnad og – ikke minst – med en rask prosess. Både trykkere og designere forstår og verdsetter viktigheten av tid og tempo i dagens marked. For eksempel tok møbeldesigner Brad Sewell tidskonseptet og inkorporerte det i designprosessen. Hans møbelserie Campaign ble laget for å sikre at størrelsen, formen og vekten på delene passet til UPS og FedEx sine reguleringer. Dette muliggjorde en prikkfri levering og enkel

tilpasning samt sparte kundene for maset med flere leveringsdatoer.⁸

Det er viktig å anerkjenne at mens kommersielt trykk i mindre skala fokuserer spesielt på kundeopplevelse, fokuserer industrielt trykk langt mer på produksjon og produksjonsmetoder, noe som forklarer hvorfor man har vært tregere med å benytte digitale metoder i denne sektoren. I dag er suksessen til firmaer som IKEA et tegn på veksten av halv-tilpasningsbar dekor på individuelt nivå, mens trykkerier som The Print Foundry allerede drar nytte av det voksende ønsket om individualisert trykk som man kan dekorere hjemmet sitt med. I fremtiden kan vi forvente flere endringer og ytterligere omlegninger, med især god vekst innen blekkutskifter.

8: The On-Demand Economy Is Growing, and Not Just for the Young and Wealthy, Harvard Business Review, 2016
9: Smither Pira, The Future of Industrial Decoration and Printing to 2018
10: Large format vinyl wall coverings are omnipresent, FESPA, 2012

“

Blekksegmentet vil tilføre stor verdi. Men for at blekksegmentet skal lykkes i enhver industriell prosess, krever det lederskap både fra produsenter og kunder for å sikre at den rette løsningen blir skapt. For industrielt trykk i stor skala er det kanskje ikke lett, men det er fleksibiliteten til blekksegmentet som vil gjøre det verdt for produsentene å stille med innsats, tid og penger. De som griper muligheten for å investere i blekksegmentet nå, vil få en konkurransefordel.

Marcus Timson, medstifter, Inprint

”

“

Digitalt trykk er en effektiv og enkel måte å omsette kreativitet til unike prosjekter på. Det lar oss utvikle eksklusive områder og gjøre steder som hoteller og restauranter mer personlige. Uansett om vi skaper en skreddersydd veggdekor, tapet eller vindusdekor, bruker vi digitalt trykk både til kunstneriske og praktiske formål.

”

Michael Berman, adm.dir. i Schoos Design

Selvfølgelig er det også elementer av motstand mot den nyeste teknologien innen dekor – mange industritrykk-firmaer har investert tungt i analogt trykkeriutstyr, og ikke uten god grunn. Når det f.eks. gjelder produksjon av gulvbelegg, er digitalt blekktrykk ofte ikke den mest praktiske løsningen. Produksjonstiden er lang, og etterspørselen etter kvalitetsproduksjon er høy, for ikke å snakke om at det ferdige produktet også må være robust og holdbart. Enhver ny teknologi må jobbe ekstra hardt for å bli akseptert av et marked som foretrekker å gjøre tingene som de pleier, noe som betyr at en total forvandling av industritrykk vil ta tid.

Ifølge InPrint Décor-undersøkelsen i 2016 om bruk av dekor som keramikk, er den avgjørende faktoren for bruk av digitalt trykk å ville hjelpe en forretning med å bli mer effektiv og konkurransedyktig. Det kreative potensialet er viktig, men det er ikke alltid tilstrekkelig. Verden endrer seg, og alle bransjer produserer små partier av produkter. Dette skyldes en hyppig skiftende etterspørsel fra sluttkunden. Det analoge passer ikke helt til denne trenden. Det gjør det digitale. Når produksjonsfirma innen gulvbelegg forstår dette fullt ut, vil de endre mening og ønske å bruke det digitale for å tilby fleksible produksjonsalternativer da dette gjør det mulig for dem å forbli konkurransedyktige og i lengden spare penger. ○





Vi tilbringer
80 %
av livene
våre innendørs

Det å skape en opplevelse med sensorisk markedsføring

«...i en verden der digitale apparater dominerer vil det kunne være svært effektivt å engasjere kundene ved å stimulere sansene deres mer enn bare rent visuelt med reklame eller lydreklame.» – Marketing Week

Varemerker innen detaljhandelen begynner å forstå den sensoriske og psykologiske viktigheten av dekor, og selv om sensorisk markedsføring fortsatt er en spirende trend, har den allerede en stor innflytelse på detaljhandelen og besøksnæringen.

Vi tilbringer i gjennomsnitt 80 prosent¹¹ av livene våre innendørs, så det er ikke rart at omgivelsene våre har så dramatisk effekt på oss. Uansett om det påvirker produktiviteten, humøret eller vårt generelle velbefinnende, så spiller omgivelsene våre en svært viktig rolle. Siden 2016 har forståelse på dette en massiv økning i reality-markedsføring, med tilsatte sanseopplevelser inkludert især 4D-film og -video, som ventes å vokse sterkt i løpet av det neste tiåret.¹²

En naturlig følsomhet overfor omgivelsene våre har tilskyndet enkeltpersoner til å søke etter miljøer med visse egenskaper. Fysisk komfort er et eksempel på dette, som f.eks. steder med rett temperatur, så vel som psykisk komfort – steder der vi føler oss hjemme, men som samtidig tilbyr den rette mengden stimuli. Varemerker begynner nå å anerkjenne hvor viktig det er å berike alle de fem sansene og investerer i multisensoriske markedsføringskampanjer der trykte løsninger spiller en rolle.

Et høyt profilert eksempel på sansereklame var McCain's «duft-kampanje» som ble gjennomført på 10 bussholdeplasser rundt omkring i Storbritannia for å promotere ovnsbakte ferdigretter. Sekslags plakater på bussholdeplassene var utstyrt med ovnsbakte poteter i 3D-fiberglass, og når man trykte på en knapp, ble de varmet opp og frigjorde duften av ovnsbakt potet. Plakatene ga også fra seg rabattkuponger for å oppmuntre kundene til å prøve de ovnsbakte ferdigrettene.

Veksten i flersensoriske løsninger som er tilgjengelige for skrivere i dag, er en spennende mulighet for dem som ønsker å skille seg ut fra mengden. Imidlertid nøler fortsatt mange med å utforske dette området fordi de ikke vet hvor eller hvordan de skal begynne. Men trykkere som er villige til å rådføre seg med eksperter på dette området og deretter utvide tilbudene sine til å omfatte multisensoriske løsninger, vil oppdage at belønningen er stor, inklusiv muligheten for å jobbe med noen virkelig innovative kampanjer. ○

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

Framvoksende trender innen trykk

“

I kappløpet for mer innovativ, bærekraftig og smart dekor, er digital teknologi en mektig tilrettelegger.

Giora Elkeslasi,
Elkeslasi Surface Design

”

Ettersom trendene innen dekor konstant endres og utvikler seg for å utnytte framskrittene innen trykketeknologi best mulig, tar designere flere sjanser når det gjelder interiørverdenen.¹³

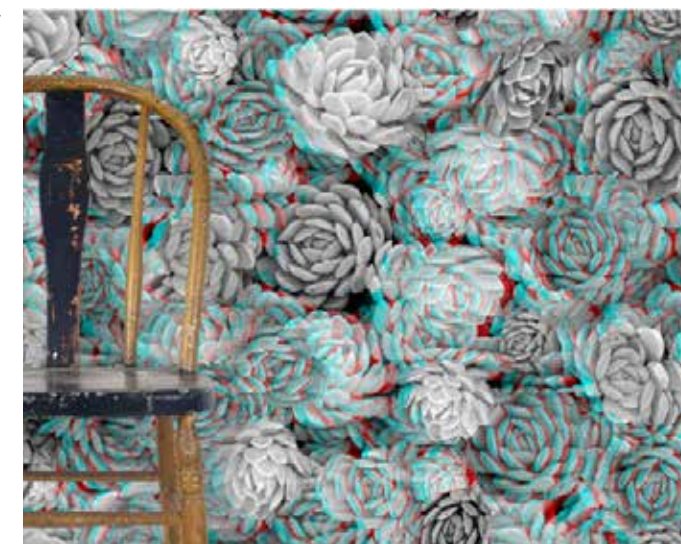
Ta 3D-printet fiberoptikk. Student M.Grossl brukte 3D-print til å skape et modul-lyssystem til bruk i interiørmiljøer. Systemet bruker 3D-printede elementer for å forme en modulær bikubestruktur som kan innordnes hvor som helst. Eller 3D-tapet. Designerne Kyra og Robertson Hartnett fra twenty2 slo seg sammen med New York art college, Pratt Institute, for å produsere en utvalgt samling av 3D-tapet. Tapeten er tilgjengelig i fem design og gir en 3D-effekt uten behov for spesielle 3D-briller.

Et annet eksempel er skreddersydde skvettskjermer til kjøkkenet, der designstudioet Complete Graphics nylig annonserte at de vil tilby å gjøre det personlig til kundene sine gjennom digitalt trykk. Denne utviklingen er en del av det IDC beskrev som bedriftenes forpliktelse til digital forvandling (DX) i det neste tiåret, som til slutt vil føre til framkomsten av en DX-økonomi. Ta det israelske firmaet Elkeslasi Surface Design, hvis bruk av digitale plattformer har bidratt til å forvandle måten de arbeider på og har gjort det mulig for firmaets designere å eksperimentere med forskjellige prosesser og strukturer og skape en rekke unike bruksområder. Dette omfatter bruk av digital teknologi til å gjenopplade den gamle tremosaikkunsten – en prosess fra 1500-tallet der kunstnere la finerstykker på et underlag og dannet dekorative mønstre, design og bilder.

Da IDC tror at opptrappingen av digitale forretningsstrategier vil drive fram mer enn halvparten av bedrifters IT-forbruk etter 2016, vil den voksende DX-økonomien bli en viktig drivfaktor i å trappe opp digitale forsyningskjeder og distribusjonskanaler. IDC spår at i 2018 vil mer enn halvparten av store bedrifter skape og / eller gå sammen med nettskyplattformer i bransjen for å oppjustere sine digitale forsynings- og distribusjonsnettverk.

Mens det er åpenbart at den europeiske dekorbransjen har en direkte effekt på trykk, har innovasjon innen trykketeknologi en like stor innflytelse på selve designprosessen. ○

Twenty2, 3D-tapet
Bildekilde: <http://www.digitaltrends.com>



13: De 20 mest populære anvendelsene av interiørdesign i 2015, FESPA, 2015

3D-gjenstander og utsmykninger

Hastigheten og presisjonen til 3D-print har hatt stor innflytelse på interiørdesign. Fra utsmykninger og leker til krukker og kasser; dets evne til å produsere svært innviklede modeller på få timer har gitt inspirasjon til en bølge av talent.

Plakater og trykk

Unike kunstverk gir stedet personlighet. Økningen i bestilling av kunsttrykk på nettet, hos kunstforhandlere som f.eks. Society 6, har bidratt til en oppblomstring av uavhengig kunst til en overkommelig pris.

Gulv

Industritrykkets evne til å masseprodusere design har gjort det til den selvskrevne metoden for produksjon av trykte gulvbelegg og linoleum. For mer skreddersydde prosjekter, kan livfulle mønstre ved bruk av digitalt trykk påføres på et underlag og deretter brukes på den ferdige overflaten.

Veggbekledninger og tapet

Trykte veggbekledninger er ideelle til alle forretningssteder: inklusiv kontorer, butikker, kaféer og er perfekte både til prangende, virkningsfull grafikk og diskre, tematisert eller kollektiv merkevarebygging.

Tekstil

Når det gjelder tekstiler, så kan funksjonaliteter som belegg og aktive materialer brukes mer effektivt ved hjelp av digitalt trykk enn med konvensjonelle metoder.

Dekor med design

Leverandører av trykktjenester kan i dag flytte grensene for trykk og skape unike rom som utnytter det siste innen digital og 3D-trykk-teknologi. Her ser vi på noen av de mest brukte anvendelsene som kan benyttes for å skape et skreddersydd miljø.

Innovasjons- prosessen

Bredformatskrivere

Det globale markedet for dekorative tekstiler, verdt 165 milliarder USD, har blitt utpekt av FESPA og bransjekonsulentfirmaet InfoTrends som bredformatbransjens mest spennende vekstområde. Sammen med markedet for dekorativ laminat med en omsetning på 21,2 milliarder USD og veggbekledningssektoren med 26 milliarder USD gir det leverandører av bredformatstrykk et vell av muligheter. Dermed kan bredformatstrykk i høy grad leve opp til de massive kravene til spesialtilpasning som hersker i dag.

Digitalt trykk har gjort et viktig bidrag til muligheten for å personliggjøre et sted. Dets fordeler, som f.eks. korte trykketider og personlig tilpasning, gjør at både private kunder og bedrifter kan få en unik look i hjemmet eller forretningen – fra miljøbetonet grafikk i hotelllobbyer og salgslokaler til skreddersydde bygningsmaterialer som veggpaneler i imitert marmor til en brøkdel av prisen for den ekte varen.

Som fremhevet i Canon's Think Personal-rapport, har bredformattrykk også forenklet fremstillings- og produksjonsprosesser og optimerer produktiviteten og kvaliteten på arbeidsganger mer enn før.

I dag er det ingen mangel på nettbaserte trykkløsninger on-demand som lar kreative kunder uttrykke seg selv på unike måter. I tillegg begynner det å dukke opp nye koblinger mellom fysiske produkter og digitale produkter som gjør markedet enda mer dynamisk. Med web-to-print er det mulig for leverandører av trykktjenester i alle størrelser å tilby individuelle løsninger som en tjeneste. Videreutvikling av programvare gjør at man kan tilpasse produkter med bilder eller innhold uten spesialkunnskaper, og dette støtter den voksende trenden med selvutvalgt innhold, der kunder nå designer sine egne produkter.

For å støtte sin vekst og ambisjon om å levere forbedringer for 124 millioner GBP til boliger og næringseiendommer i Bolton, flyttet Bolton at Home til to nye kontorer og engasjerte designer Stella Corral til å sikre at interiørdesignet reflekterte visjonen og ambisjonene til organisasjonen.

Da Corral jobbet med Lintec Graphic Films og deres Vitrocolour filmprodukt, klarte hun å flytte grensene for sin forestillingsevne og levere et optimalt arbeidsmiljø med lys og rom og med den rolige stemningen som arbeidet deres krevde.

Designteamet utforsket en rekke trykkeffekter som f.eks. utstansede figurer og frostede effekter sammen med vågal bruk av farger. Vitrocolour kan bli trykt med et hvilket som helst antall farger og lar dermed designere tenke ut rikefaste, livfulle og iøynefallende behandlinger av glassoverflater. Både lysoverføring, farge og plassering kan varieres så det gir spesialtilpassede behandlinger som er skreddersydd til stedets natur. ○

“

Hvert område av kontorene har en unik fornemmelse og fargepalett for å skape en forfriskende arbeidsatmosfære.

”

Designer Stella Corral,
Lucentia Design,
enquiries@lucentia-design.com



3D-print

Framveksten av 3D-print har hatt en dyptgående innflytelse på en rekke sektorer. Gartner har spådd at sluttbrukerne globalt vil øke forbruket på 3D-skrivere fra 1,6 milliarder USD i 2015 til omkring 13,4 milliarder USD i 2018, med spesialtilpasset trykking av hjemmedekorasjoner som én av de viktigste kommende bruksområdene, ifølge PwC.

3D-print revolusjonerer måten produksjons- og ingeniørfirma arbeider på og tilbyr et vell av muligheter til de kreative bransjene - især innen dekor. Som vist i Canons produktdesignrapport, gir 3D-print store fordeler for produktdesignprosessen.

Det er uvurderlig å kunne dele trykte pre-prototypemodeller for å lodde stemningen på markedet og blant kundene, utforske innovativ tenkning og teste oftere for å unngå avvisning senere i prosessen.

De mer vidtgående økonomiske konsekvensene av 3D-utskrift er også betydningsfulle: Undersøkelser fra McKinsey Global Institute tyder på at det vil kunne få en innvirkning på den globale økonomien på opptil 550 milliarder USD per år innen 2025.

Siden 3D-skrivere blir stadig mer tilgjengelige med relativt raske og billige prosesser, kan man ikke undervurdere deres innflytelse på dekorbransjen. 3D-print gjør det mulig for designere å eksperimentere med nye kombinasjoner av materialer, nye former og strukturer, og teknikken blir allerede brukt ved design og produksjon av møbler, lys og utsmykninger både i forretnings- og hjemmemiljøer.

Lysdesigner Robert Debanne bruker 3D-print i et forsøk på å tenke hinsides tradisjonelle trykkemetoder, noe som gir ham verktøyene til å lyse opp mosaikk og geometriske mønstre innenfor hvert av hans moderne design.

Det er også en ideell prosess for å lage personifiserte unikagjenstander. ○

“

3D-print vil gjøre folk i stand til å personifisere alt fra møbler til tilbehør. Det vil skje en skifte fra at svært få designer til massene mot at millioner skreddersyr designergjenstander etter sin personlige smak.

”

Janne Kyttänen, medstifter av det nederlandske designstudioet Freedom of Creation

Akustisk tak til et høyteknologifirma:
Trykte aluminiumspaneler bøyd i U-form
(lameller) brukt som en akustisk løsning.
Elkeslasi overflatedesign

Konklusjon

En ting er å muliggjøre produksjon – det er noe helt annet å oppnå salg. For at digitalt trykt dekor skal lykkes, må firmaer være villige til å investere i og utvide tilbudene sine med det rette utstyret og den rette rådgivningen. I dagens personifiserte, skreddersydde virkelighet forvandler digitalt trykt interiørdekor rommene vi lever, jobber og leker i, og ingen er bedre plassert for dette enn leverandører av trykktjenester. Evnen til å levere noe skreddersydd er allerede avgjørende, men evnen til å gjøre dette i en større skala enn noensinne er potensielt revolusjonerende.

Alle kjenner til trykkingens makt – og at den kan brukes på atskillige måter i en rekke bransjer, fra innledende design til sluttproduksjon. Mange leverandører av trykktjenester bruker allerede trykk på måter som passer sammen med en lang rekke materialer. Men mulighetene er praktisk talt uendelige, og alle forretninger bør undersøke hvordan de kan bruke trykkeløsninger til å heve forretningen sin og forbedre bunntinjen. ○

“

Globale trender, som bærekraft og resirkulering, er veldig aktuelle i dagens dekorbransje. Arkitekter og designere leter etter nye måter å beskytte miljøressursene på, samtidig som de bruker naturmaterialer som sement, rust, tre og marmor, og vi vil begynne å se mer uortodokse anvendelser muliggjort med teknologiene som utvikles.

Giora Elkeslasi, Elkeslasi Surface Design

”

David Tower Hotel veggbekledning:Trykte aluminiumkompositt-paneler,
Elkeslasi Surface Design

De neste trinnene

Gjør egne undersøkelser

Hvis du er oppmerksom på alle omgivelsene du besøker, vil du bli forbauset over potensialet for digital dekor. Legg merke til hvordan trykk blir brukt til å dekorere områder og hvor mye av dekoren vi støter på som er trykt digitalt.

Det er også viktig å tenke på hvilke områder din forretning best kan tilpasse seg til. De ulike delene av dekormarkedet har forskjellige krav.

Dette kan omfatte:

- Å skape en høyverdig stemning, f.eks. besøksnæring og restauranter
- Å påvirke kundeopplevelsen, f.eks. salgssteder
- Å presentere estetisk og høyfunksjonelt interiør, som forretningslokaler og sykehus
- Personalisering og personlig tilpasning, f.eks. forbrukermarkeder

Vurder de nåværende mulighetene dine

Se på hvilke områder av dekor som har de høyeste digitale bruksratene på markedet ditt. Er det lokale trender innen dekor som lar seg bruke til digital vekst? Hvor populært er personalisering og personlig tilpasning? Har kundene nok adgang til det? Og til slutt, hva har du av kreativt talent innad i firmaet, og hva kan du hente fra leverandørene og kundene dine? Mediaprodusenter utvikler hele tiden nye materialer til disse voksende markedene, så hold kontakt med dine lokale leverandører for å ligge i forkant i kampen om tilgangen til nyvinninger. Hvis du har eksisterende kunder som du kan tilby dekorløsninger til, så er dette den perfekte muligheten til å gå i gang.

Vurder teknologien din

For å få en andel av den voksende on-demand-økonomien, finnes det en del digitale arbeidsganger og prosesser som må være på plass. Spør deg selv hvordan du kan kombinere din kapasitet innen digitalt trykk med andre prosesser for å utvikle unike, kreative tilbud. Det kan for eksempel være analoge trykkeprosesser eller 3D-print. Hvilke førtrykks arbeidsganger eller hvilken programvare til forbehandling og fullføring kan dere vurdere eller bruke?

Høyverdieffekter kan skapes ved bruk av strukturer fra flere lag med blekk, eller lakkmonstre eller spesielle overflateeffekter. Eksperimenter og flytt grensene for din kreativitet og ditt trykkeutstyr for å skape inspirerende prøver til kundene dine. Husk at originalitet er nøkkelen til inspirasjon.

Gå foran som et eksempel

Til slutt, dekorer din egen bygning med digitalt trykte applikasjoner. Hva er bedre enn å vise kreativiteten, kvaliteten og diversiteten til tjenestene dine enn å vise dem fram i sin helhet? Sjekk lokale design- og dekorutstillinger for å få kreativ inspirasjon og konsepter for å holde deg inspirert og ligge i forkant av utviklingen.

Snakk med Canon

Våre produktspecialister, applikasjonsekspertene og kundeansvarlige er her for å hjelpe. De har en av bransjens største produksjonstrykk-porteføljer fra rull-til-rull og cut sheet produksjonsskrivere, UV-flatbedskrivere og beskjeringsystemer til vannbasert blekk og unike CrystalPoint- og Single-pass-systemer. Vi kan hjelpe deg med å forbedre ferdighetene dine slik at du kan tøyne grensen innen produksjon av trykk og materialer. På denne måten får du muligheten til å gi enestående tilbud til både gamle og nye trykkerikunder. ○

**Mikado Art**Trykte mikado-pinner i aluminium,
Elkeslasi Surface Design

Hvis du ønsker mer bransjeinnsikt,
kan du abonnere på magasinet
vårt, Think Digital, på
www.canon.no/thinkdigital

Du kan også følge oss på
Twitter @CanonProPrintNO

Canon